

MEDIACTIVISMO

(Activismo en los medios)

Estrategias y prácticas de la comunicación independiente

Mapa internacional y manual de uso

Matteo Pasquinelli (curador)

Los libros de DeriveApprodi
1ª edición septiembre de 2002
© DeriveApprodi srl

Se permite la reproducción parcial o total de la obra
y su difusión por vía telemática para uso personal de los lectores
siempre que sea con fines expresamente no comerciales

DeriveApprodi srl
Piazza Regina Margherita 27
00198 Roma
06-85358977 fax 06-8554602
e-mail: derive.approdi@libero.it
www.deriveapprodi.org

Proyecto gráfico: Andrea Wörh
ISBN 88-87423-85-7

Agradecemos a Dee Dee Halleck por habernos permitido publicar el artículo sobre Indymedia presentado en el encuentro Intercultural Communication, en Barcelona 2002, y a Ugo Vallauri por haber traducido y llevado adelante la entrevista con Dee Dee.

Se agradece a Davide Sacco por las traducciones de los artículos de David García, Nicole Smits y Raoul Marroquin sobre los experimentos televisivos en Amsterdam.

Se agradece a Monia Cappuccini por haber acompañado la parte sobre Candida TV y a Federica Matteoni por las traducciones de los textos de Evan Henshaw-Plath, de Stephen Marshall, del Center for Digital Democracy y de Fair.

Donde no hay referencias, las traducciones de los textos en inglés estuvieron a cargo del curador.

Se agradece, además, a todas las realidades del movimiento y a los medios independientes que, con su trabajo, hicieron posible este libro.

Introducción

No serás víctima de los medios hasta el momento en que los utilices. Por esto nos regodeamos en los medios, a la Rabelais. Las señales para nosotros no son inmateriales sino táctiles. Nos revolcamos en el fango de los medios.

(Geert Lovink, *Hör zu oder stirb*)

Nosotros podemos elegir... Podemos tener una actitud cínica respecto a los medios, decir que no se puede hacer nada... O podemos sencillamente permanecer incrédulos... Pero existe una tercera posición que no es ni el conformismo ni la incredulidad: la de construir un camino diverso -mostrar al mundo lo que realmente está pasando- tener una visión del mundo crítica... Es nuestra única posibilidad de salvar la verdad, de cuidarla y de distribuirla, poco a poco.

(Subcomandante Marcos, febrero de 1997)

No necesitamos comunicación, por el contrario, tenemos demasiada. Necesitamos creatividad. Necesitamos resistencia al presente.

(Gilles Deleuze y Felix Guattari)

El agujero negro del movimiento y de la izquierda italiana

El evento más comunicado, fotografiado, filmado y narrado del movimiento global fue Génova G8. Pero, paradójicamente, las cuestiones de los medios, de la democracia de la información, de las telecomunicaciones estaban totalmente ausentes en la agenda del Foro Social de Génova. Por este motivo, Mediachannel (www.mediachannel.org), red mundial de organizaciones del campo de la comunicación, en una carta del 19 de julio de 2001 preguntaba intempestivamente a los activistas de Génova "What about Media?" [¿Qué pasa con los medios?] y enviaba un boceto de 10 puntos para sugerir un debate. La cuestión de los medios se presentaba una vez más como un agujero negro en la agenda del movimiento italiano. Es recién en Porto Alegre 2002 cuando el Foro Social Mundial se asoma tímidamente al escenario de la información independiente. Pero si los foros sociales de los países latinos ya pueden mostrar una mayor conflictividad social en el campo de los medios, es solamente en Norteamérica y en el norte de Europa que encontramos una *cultura de los medios* ya afianzada en el bagaje de la sociedad global. Presentados brevemente, estos son los dos filones geopolíticos, el latino y el anglosajón, los que dividen la escena mundial de la comunicación independiente, dos motores de la historia que recorren este libro y que aquí queremos comparar y conectar. El mediactivismo, simplificado a su vez como fenómeno mediático, irrumpe con la coyuntura Internet-Seattle, la convergencia de la información auto-organizada en red con el florecimiento de la red del movimiento global.

La idea que nos tenemos que hacer, sin embargo, no es "movimentista": la problemática "comunicación" ya es parte de la sensibilidad de toda la sociedad global. Y el otro actor antagonista que aún no hemos presentado es, efectivamente, el monopolio de la comunicación, un monopolio híbrido que ya es un único *moloch* estatal-comercial, connubio de los fuertes poderes nacional-liberales con los residuos de los poderes post-estatales. La red internacional de propaganda del pensamiento único se manifiesta sin fracturas desde la escala global a la nacional, y muestra su perfecta resonancia con ocasión de las nuevas guerras globales. En Italia el monopolio mediático y el conflicto de intereses tienen la forma de una anomalía que ni siquiera podemos definir, un gran *bug [agujero]* constitucional que la izquierda, convirtiéndola en mercadería de lujo, ha transformado en un rumor inocuo a los oídos de los ciudadanos. Con las instituciones "democráticas" completamente vaciadas y apáticas, era imposible que la respuesta no estallara en la sociedad: en Italia como en el mundo fue precisamente el asfixiante monopolio el que catalizó centenares de proyectos de comunicación independiente, por lo que es necesario un libro de este tipo, que es parte de este movimiento.

Filones geopolíticos que se juntan

Mediactivismo es una frase de origen anglosajón, nueva para los oídos italianos, que comenzó a ser usada manteniendo la sintaxis inglesa. No nos interesa el purismo del idioma, el mundo que estamos describiendo utiliza una *maraña* universal, un slang veloz y sucio, improvisado en los chat y mailing list, un inglés mestizo que da la idea de la aceleración cultural llevada a cabo por millares de mediactivistas que todos los días se comunican en los trasfondos intercontinentales de Internet.

El origen de la palabra delata la tendencia *liberal [libertaria]* anglosajona, un DNA cognitivo que inconscientemente forma también a los activistas políticos. Los países latinos, e Italia entre ellos, no tienen en su bagaje cultural a la figura y la función social del *activista*, conocen en cambio al *militante*, etimología militar bien a la vista y lejana a los *críticos indiscretos*. Si los filones geopolíticos de la historia se hubieran topado en un modo diverso, quizás hoy hablaríamos (tristemente) del *militante de los medios* y no solo del *activista de los medios*. La fanta-política [ciencia-ficción política] nos sirve para poner a prueba la genealogía de prácticas e ideas políticas, para mostrar equívocos y deslices de sentido que pasan inadvertidos. Incluso McLuhan notaba las diferentes actitudes hacia los medios calientes y fríos de los pueblos anglosajones y latinos. No nos parece equivocado imaginar que el mediactivismo con su tendencia tan *libertaria* solo podía nacer en los países anglosajones: para corroborarlo véase la análoga difusión del *media art*. Paralelamente, en la cultura latina, en vez de utilizar los medios desde abajo, se los ha combatido con estrategias "míticas" de comunicación. Desde el zapatismo a Luther Blissett, el mundo latino ha expresado el uso político del ícono, de la imagen mediática heredada de la alfabetización video-cristiana.

Para ser precisos, dentro del mundo anglosajón se distinguen dos tendencias: la americana, pragmática, antiteórica, ligada al histórico movimiento *freespeech*, y la centro-europea, principalmente germano-holandesa, que tiene sus raíces en el "nihilismo europeo" (diría Geert Lovink), en las experimentaciones de la vanguardia histórica, que busca conjugar el plano teórico y político con la práctica del mediactivismo. Y fue precisamente el movimiento europeo el que no se dió cuenta de lo que estaba pasando en el noviembre de 1999, en Seattle, con Indymedia. Durante años, los teóricos del *net criticism* y de la *media culture* subestimaron la tradicional y densa contrainformación. Cuando un bing bang los sacudió a todos y la historia de los medios independientes recomenzó por donde menos se lo esperaba.

Los "ismos" del mediactivismo

El mediactivismo, en este libro, se presenta y se comprende en sentido híbrido, que mapea no los medios en sí, sino todas las convergencias tácticas y tecnológicas entre nuevos e viejos medios. Se deja fuera al activismo de red (*net activism*), ya que es particularmente prolífico, aún en cuanto a crítica y publicidad, y porque es bastante autoreferencial. Se merecería un libro aparte. Además *Media Activism* no trata algo importante, las prácticas que tienen que ver con el *cultural jamming*, la simulación mediática, el *détournement*, los niveles "altos" del mediactivismo, sobre los cuales ya existen otros textos (ver *Comunicazione-guerriglia*, también de DeriveApprodi). Academias y subculturas de la red han incursionado en estos años en cada *ramificación* combinatoria del activismo. Otros "ismos" que emergieron recientemente son el "hacktivismo" y el "artivismo": el primero representa el *hacking* con finalidades políticas y sociales (contra una tradición hacker apolítica), el segundo nació en los ambientes de la *net art* y hace del arte un instrumento de lucha o análisis social. La contaminación del comportamiento "activista" en los sectores de la comunicación, de la cultura y de la vida social, es un signo de la influencia ejercitada por los modelos anglosajones, y sobre todo americanos, sobre el movimiento global. Como ejercicio ideal y práctico de esta ingeniería combinatoria colocamos como culminación del mediactivismo –o su nivel *meta*– al *network activism*, el "arte de hacer red", que es lo que más se necesita respecto a la desesperada entropía del movimiento y de la izquierda.

Media laboratorio del hacer sociedad

El mediactivismo es una red mundial. Para comprenderlo y describirlo es necesario imaginar un ambiente interconectado hecho de flujos informativos, red, campañas mediáticas, programadores, escritores y periodistas free lance. El mediactivismo no es solamente un fenómeno social y político,

representa un laboratorio de innovación y experimentos de medios y modelos sociales que veremos desarrollarse plenamente en la sociedad del futuro. Vistas las dimensiones globales de este fenómeno, no es exagerado considerarlo como la fragua de una nueva cultura y de una nueva *forma mentis*. Diversas y múltiples son las prácticas que van a imaginar y construir un mundo nuevo: de los social forum al *hacktivism*, del presupuesto participativo al comercio justo y solidario, de la desobediencia social a la interposición pacífica en los territorios de la guerra global. Es una nueva actitud, un modelo cultural, una *forma mentis* que consideramos central en el humanismo del mundo que viene. Un prototipo mental que hoy vemos solamente en forma embrionaria, pero que está lleno de potencialidades radicalmente innovadoras, que ya ha arañado la superficie de las pirámides imperiales del poder, de los medios y de la economía. Hacer medios como metáfora, modelo, reflejo, etapa fundamental del *hacer sociedad* y de todas las otras formas de activismo y organización.

Tecno-narcistas y comunidades locales

En estos años emergieron centenares de proyectos de comunicación *net-based*, contruidos en red y pensados en/para la red. En grandes líneas, notamos una distinción entre los proyectos nacidos en internet, en los cuales los *techie* – técnicos, programadores, sysadmin – tienen un rol central y comportan un alto contenido de innovación (pero donde ellos también establecen una específica hegemonía), y los proyectos concebidos *off-line* por las comunidades locales, como los social forum, que en cambio tienen una organización clásica y no tienen visibilidad, porque están menos preparados tecnológicamente. Dos naturalezas diferentes, a menudo y no obstante entrelazadas, que muestran sendos modos de concebir los medios desde abajo. En los primeros no se puede disimular una ideología dominada por las máquinas, una práctica *orientada tecnológicamente*, típica de quienes provienen del ambiente *techie*. En los segundos, el particularismo de las comunidades los torna proyectos interesantes en los límites de sus dimensiones, habitualmente incapaces de articularse con otras realidades. Esta situación hace necesaria una convergencia entre la sensibilidad social y la actitud tecnófila, teniendo el coraje de afrontar el tecnonarcisismo de la última generación de mediactivistas, los editores del video, del streaming y del web publishing: la tecnología, como las instituciones o la arquitectura, produce ideología, ideas y comportamientos. En el mediactivismo encontramos a menudo una incondicional confianza en la liberación, que la tecnología portaría automáticamente consigo, y en la red, elevada a perfecto instrumento de democracia, olvidando la brecha digital que coloca a buena parte de la sociedad fuera de estos medios. El tecnonarcisismo del mediactivista es quizás un derivado del narcisismo de los medios descrito por McLuhan. El pasaje del tecnonarcisismo a la tecnonarcosis se da cuando la tecnología (entre las cuales, la tecnología de la comunicación) se infiltra inconscientemente bajo la piel y se vuelve parte, no sólo de nuestro cuerpo, sino que comienza a producir ideología y formas culturales y políticas que luego se imponen como obvias, naturales e indiscutibles.

Media Macchina. Para un pensamiento de los medios post-liberal

Todo el activismo es activismo de los medios. Se trata de una lectura frecuente, para expresar el primado de la simulación mediática sobre el mundo real, del Espectáculo sobre la Política, exactamente lo contrario a lo que Gil Scott-Heron cantaba en sus rimas desde el ghetto, *The revolution will not be televised*. Hoy circula un dicho: una persona detrás de una cámara en una marcha, vale por 1000. Es, por lo tanto, imposible imaginar al activismo político sin pensar en los medios. Y sin embargo, eso sucedió en Italia en los últimos 40 años. Lo observamos continuamente en las trampas puestas por la prensa o la tv, en la estrategia de la tensión que usa a los "no global" como peones, en la gestión de la comunicación de improvisados "portavoces": el movimiento italiano paga el retraso en el desarrollo de un pensamiento crítico sobre los medios. Con raras excepciones, fue el mundo anglosajón quien lo hizo, estampando más allá de todo la idea *libertaria* de la información independiente. Pero el equipaje teórico italiano podría dar hoy una contribución de similar importancia.

La batalla sobre la comunicación no es simplemente una batalla más por una información "verdadera", objetiva e independiente. *Information wants to be free [la información quiere ser libre]* suena aquí como un eslogan *freak* de los años sesenta: en la época de la inteligencia colectiva y de la red tendremos que decir *Information wants to be General Intellect [la información quiere ser*

General Intellect]. Lo que verdaderamente está en juego es lograr desarticular una de las máquinas económicas que sostienen el capital del pensamiento único. Marxianamente hablando, el objetivo es reapropiarse de los medios en cuanto medios de producción, antes que medios de representación: en cuanto medios de producción económica, producción de la imagen del mundo, producción de necesidades y deseos. Finalmente, es necesario abrir un debate sobre el trabajo de la comunicación, siguiendo el cauce del post-operaismo que ha introducido el concepto de trabajo inmaterial y cognitivo. El esnobismo de los intelectuales italianos respecto a la máquina, a los medios, a la tecnología, quizás es típico de la izquierda "latina", concentrada en el trabajo de las manos de los obreros, muy lejos de aquel *Fragmento sobre las máquinas* en el cual Marx encarnaba en la tecnología el potencial de liberación del *General Intellect*. En Europa del norte, las primeras lecturas superficiales de *Empire* de Negri y Hardt se lamentaban por este desconocimiento de la cultura y de la crítica de los medios, salvo que después la reencuentran en la inteligencia de la multitud que se reapropia de las tecnologías de comunicación. Negri y Hardt no se detienen en la simple reapropiación de las máquinas, sino que afirman que la multitud, 20 años después de Deleuze & Guattari, tiene que concebirse a sí misma como *maquinica* (mediática, podríamos decir nosotros), es decir, como un agente autónomo de producción. Una cita sorprendentemente *cyborg* del capítulo *La Multitud contra el Impero*: "La hibridación del humano y de la máquina no es más un proceso que se da en los márgenes de la sociedad; más bien es un episodio fundamental del centro de la constitución de la multitud y de su poder". En el capitalismo cognitivo, la producción de información pertenece a todos, y no solamente a los periodistas o a los medios. La enfermedad infantil del mediactivismo es la de no reconocer a la comunicación independiente como producción de valor autónomo, y olvidar que ella misma es una máquina "económica".

Medioclastia. La crisis de los medios

Este libro pretende ser un libro sobre la crisis de los medios masivos de comunicación tal como los hemos conocido hasta ahora, bajo el impulso de un movimiento de la sociedad global. El mejor modo, más veloz y eficaz, para entender los medios es observar lo que los pone en crisis. Existen muchas escuelas de pensamiento que buscan explicar los rebuscados mecanismos de los medios y su función en el mundo. Lo nuestro pretende ser un análisis en negativo. Este libro, nos parece que es el modo más veloz y pragmático para revelar los mecanismos de la sociedad de la información, precisamente con las energías que buscan combatirlo, deconstruirlo, criticarlo. Parafraseando a Roland Barthes, se puede decir que la *mediología*, ciencia de los medios, no se puede darse si ella misma no termina por asumirse como *medioclastia*, destrucción y conflicto con y dentro de los medios. El sentido proviene solamente del conflicto -aunque este sea solamente semántico- y esto vale también para la comunicación independiente y el uso social de los medios (pero atención, también vale para el uso comercial, ver la publicidad que usa con destreza todos los géneros de conflicto).

Los medios no son simples *medios* de comunicación, sino el campo de las batallas políticas, teatro del imaginario colectivo, espejo de proyección de la estructura y de la construcción social. Detrás de la brillante superficie del espectáculo de los noticieros, se mueve un tejido mundial de redes y radiotransmisores, cables y pantallas, hardware y software, capital y corrupción. Hoy la base de la pirámide mediática se está resquebrajando. En la red mundial se difunden conocimientos técnicos y escepticismos constructivos. La crisis del neoliberalismo mina la confianza de las masas en el sistema Occidente. Los *moghul* de la información corren a guarecerse, mueven millares de esclavos para reforzar las bases que crujen, brindan sus servicios a los potentes de la guerra. Como en todos los teatros, el sentido lo brinda un juego de roles que va más allá de las simples apariencias.

Porno Media

Para terminar la última página de un libro, para tirar la escalera que usamos para subir a un árbol, para abrir nuevos planes de acción es necesaria una buena dosis de irónico escepticismo. Transformémonos en *media dandy*, percatémonos de la superficialidad del juego de los medios y aprendamos a patinar.

Fueron las innovaciones tecnológicas más que políticas, la llegada de Internet y de las videocámaras digitales más que nuevos imaginarios existenciales, lo que aceleró la evolución del *panorama de los medios* de la comunicación independiente y lo que brindó un nuevo terreno para centenares de

proyectos. No se quiere subestimar el rol democrático y el entusiasmo liberatorio de los mediactivistas, pero hoy una cuestión se presenta ante todos: reconocer la hegemonía cultural de la tecnología, reconocer que las nuevas tecnologías construyen una segunda piel –casi porno-tecnologías–, las formas sociales y psicológicas de este fenómeno mundial. En particular la porno-tecnología informática, obsequio de fines de milenio, ha absorbido y desplazado sobre el cuerpo tecnológico la creatividad que, en los movimientos de liberación y en las vanguardias del novecientos, se expresaba en una subversión de los cuerpos reales y del imaginario. Linux como moda social y droga cognitiva toma el lugar del punk y de la psicodelia.

Más allá de su núcleo duro tecnófilo, la comunicación independiente parece presentarse a sí misma únicamente como cuestión de contenido alternativo respecto a los medios dominantes. McLuhan enseñó desde los años cincuenta a tener en cuenta el efecto totalmente "físico" del medio con respecto al puro contenido "informativo" del mensaje. ¿Qué significa? Significa que es necesario empezar a hablar en concreto, y que no es suficiente construir observatorios democráticos sobre los medios masivos. Que el mediactivismo más importante está a nivel del medio y no del contenido: redes, interfaces, formatos, esquemas de transmisión, *brainframe*, narraciones, mito, imaginario, deseo. Que el "contenido" se encuentra siempre encerrado entre las infraestructuras tecnológicas y las superestructuras del imaginario.

Este es el sentido con el cual se tienen que interpretar los proyectos de televisión independiente desde abajo, cuya estrategia no es controlar –como *hackers* buenos– las infraestructuras de transmisión, sino construir un esquema de transmisión alternativo, una narración colectiva diversa, nuevos contenidos no tanto informativos sino motores de deseo y de comunidad. Se ha dicho provocativamente –y aquí es necesario alimentar la provocación– que los medios independientes no sirven precisamente para hacer información sino para construir subjetividades políticas.

A la comunicación de hoy le falta –tanto del movimiento como de la sociedad global– la aventura de la liberación libídica y creativa, tal como emergía en la sociedad de los años sesenta y setenta, energías que fueron emitidas por un *underground* que hoy parece disuelto en el *overground*. Como penitencia final, imponemos una contradicción, instituímos un *double-bind* entre la necesidad de aprender el Arte de Hacer Red y la necesidad de hacer detonar el deseo, la liberación libídica. Si dentro de la comunicación independiente no estalla una revolución cultural, no tendremos armas para afrontar la potente máquina mitopoiética de los medios comerciales y los políticos, que sobre esta máquina de fascinación e imaginario fundan su poder. La cuestión en realidad no es política, sino principalmente existencial. Los medios están relacionados con nuestro deseo, son prótesis, extensiones de nuestro cuerpo y de nuestra libido, no simple espejo en el cual reflejamos nuestra vida cotidiana. Mediactivismo es reapropiarse de este cuerpo, del cuerpo público, del cuerpo de la sociedad y hacerlo hablar.

El eslogan de Jello Biafra *Don't hate the media be the media [no odies a los medios, sé el medio]* se transforma en el programa de Rekombinant *We don't need communication we need creation [no necesitamos comunicación, necesitamos creación]*, paráfrasis pop de Deleuze y Guattari cuando dicen: "No necesitamos comunicación, por el contrario, tenemos demasiada. Necesitamos creatividad. Necesitamos resistencia al presente". Es la historia de la comunicación independiente que pide la unión de redes independientes y células creativas, convertir el fetichismo de la tecnología en delirio de los medios, transformar los medios independientes de fraguas de noticias a laboratorios para la imaginación y la creación de nuevos mundos.

Biopsia del mediactivismo

De una buena vez, intentemos ser esquemáticos y tracemos simples contornos, útiles a todos los que querrán profundizar y mapear ulteriormente el mediactivismo.

La comunicación independiente y el mediactivismo, como forma cultural (o si se prefiere "moda" política), se dispararon por eventos como Seattle N30 y Génova G8 estimulados por la emergencia del monopolio, pero esencialmente se desarrollaron a partir de la difusión masiva de tecnologías a bajo costo, de los denominados *personal media [medios personales]* y de la red.

El mediactivista es una figura social, una nueva figura de operador, militante, artista, ciudadano comprometido a experimentar, a menudo en el propio tejido urbano, formas de autogestión de la comunicación (figura social que probablemente y en breve veremos recuperada como moda juvenil por algún astuto formato de MTV).

El derecho a la información se está afirmando progresivamente como derecho a la autogestión de la comunicación. El mediactivismo ya es una cultura política que encuentra espacio en el portaequipaje

de toda la sociedad y del movimiento. No solamente el conocimiento de los mecanismos de la comunicación sino, y sobre todo, las posibles prácticas de autogestión son considerados pilares esenciales de una nueva idea de democracia y ciudadanía.

El mediactivismo es una red mundial. Las redes de comunicación autogestionada -e Indymedia en primer lugar- ya cubren todo el planeta con una forma de organización desde abajo. Fundamentalmente lograron crear la conciencia de una sociedad y de una ciudadanía global.

El mediactivismo es modelo y metáfora del hacer sociedad. Los medios independientes son el papel tornasol de la relación social y democrática, y el laboratorio en el cual las diferentes áreas demuestran las propias capacidades para "hacer sociedad".

Mirándolo bien, los medios independientes no sirven para hacer información libre, sino para construir subjetividades políticas (en el sentido amplio, no necesariamente identidades "duras"). Ya que es la información la que construye a sus usuarios.

Por último, reconocemos en el mediactivismo estas tendencias y actitudes: 1) Política: autogestión de los medios contra el pensamiento único de los monopolios, los denominados medios del movimiento e "independientes", los medios comunitarios y el fenómeno de los observatorios de medios. Esta dimensión está relacionada sobre todo con la sociabilidad y la oralidad. 2) Lúdica: el aporte libídico y lúdica, el juego con los medios como máquinas a desmontar y volver a montar, en el interior de la mutación antropológica hacia el cyborg, ver los net artists, los hackers y sobre todo los programadores de nuevos software para la información independiente empleados en la escena mediactivista. Esta actitud se expresa en la experimentación tecnológica y en la tactilidad. 3) Creativa: la construcción del imaginario, nuevos medios como nuevos modelos de comunicación, organización, creación, de sociabilidad. La comunicación es entendida como narración colectiva, mitopoiesis, guerrilla comunicativa, psicósfera, en la cual se inventan simulacros pop, sabotajes mediáticos, nuevos memes[+], meta-medios. Esta es la dimensión del imaginario y de la iconicidad.

El libro

Media Activism es un libro operativo, una caja de herramientas, un manual y una cartografía del activismo mediático de los próximos años. No es un libro histórico o teórico, es un libro práctico, escrito en campo, colectivamente, por esquemas y mapas, pensando en todos los estilos y las voces de la comunicación independiente pero sin querer ser exhaustivo: se quiso poner de relieve problemas precisos y describir los proyectos más interesantes y estratégicos. Encontrarán un manual de bolsillo para imaginar, proyectar, desmontar los medios, un *reporte* desde la trinchera de la guerra fría contra las pirámides de los medios dominantes. No necesitamos libros, necesitamos manuales operativos, software para el conocimiento, *knoware* para entrar inmediatamente en acción.

En el primer capítulo, encontrarán una caja de herramientas: conceptos operativos, estrategias, previsiones de escenarios. El segundo capítulo está dedicado al fenómeno Indymedia, el exitoso meme que hizo punta y ha constituido una red mundial. El tercero, el cuarto y el quinto capítulos están dedicados a las evoluciones de los tres medios: el video, la radio y la televisión. Sobre el medio textual encontrarán una introducción a los *weblog* en el primer capítulo. El sexto capítulo propone una plataforma de acción para la comunicación independiente en su conjunto, es decir, la introducción y la renovación de la batalla sobre el dominio público de los medios. El séptimo capítulo imagina un Media Forum Mundial, con los testimonios de algunos sujetos del movimiento global y algunas ideas para ampliar y difundir una carta mundial de los derechos de la comunicación. El octavo capítulo está dedicado al instrumento de los *observatorios de medios* que, con posterioridad a los de Estados Unidos, se están difundiendo también en Europa y en Italia con experiencias como Megachip.

Agradezco a todos los que han respondido a la invitación a participar en la construcción abierta y

[*] NdelT: El neologismo "memes" fue creado por Dawkins por su semejanza fonética al término "genes" (introducido en 1909 por Wilhelm Johannsen para designar las unidades mínimas de transmisión de herencia biológica) y, por otra parte, para señalar la similitud de su raíz con memoria y mimesis. Según Dawkins, nuestra naturaleza biológica se constituye a partir de la información genética articulada en genes, y nuestra cultura se constituye por la información acumulada en nuestra memoria y captada generalmente por imitación (mimesis), por enseñanza o por asimilación, que se articula en memes. Otros autores han señalado una idea semejante y han propuesto otros términos para designar estas unidades mínimas de información cultural. Así, por ejemplo, E.O. Wilson y C.J. Lumsden han propuesto el término culturgen, y aunque en las obras de dichos autores hay un más amplio tratamiento cuantitativo de la transmisión de los culturgenes, se ha acabado imponiendo la terminología de Dawkins, aunque no todos los defensores de la teoría "memética" comparten todas las tesis de dicho autor. <http://www.sindominio.net/biblioweb/memetica/memes.html>

colaborativa del índice, un exitoso experimento que ha permitido armar el libro en pocos meses y que será tomado como modelo para futuras ediciones. Los autores del libro, viejos amigos o enigmáticos nickname [apodos en el campo de la red] nunca conocidos en el mundo *off-line*, constituyeron una red que por primera vez pone en confrontación proyectos y comunidades muy diversas entre sí. De esta manera el libro quiere aportar su contribución para alcanzar una masa crítica que permita dar un salto cualitativo en la comunicación independiente y para la constitución de una red de estrategia y de proyectación políticamente eficaz.

El libro es copyleft. Copyleft significa que el libro pertenece al dominio público, que puede ser difundido, fotocopiado, pirateado, modificado, pero no con fines comerciales o institucionales. Para tutelar este libro, por lo tanto, hemos realizado un copyright. El estatus legal, entonces es "híbrido": copyright hacia "arriba" y copyleft hacia "abajo". Esta nos parece una elección coherente con nuestros principios y estratégicamente sólida. Hemos elegido no utilizar la licencia GNU/GFDL porque pensamos que no nos tutela respecto al superpoder de las grandes editoriales.

El sitio web proporciona la versión on-line, descargable y copyleft del libro, pero representa sobre todo la continuación del proyecto. El sitio funciona como medio nodal, ambiente de discusión, red de proyectación, así como *weblog* de la inteligencia colectiva y espontánea para tener al libro *en construcción*, constantemente abierto y actualizado con nuevos capítulos y colaboradores.

La dirección del sitio es: **www.rekombinant.org/media-activism**

Matteo Pasquinelli
junio-julio de 2002, Bolonia

Indices

Introducción

1. Una caja de herramientas para los media activistas

- El ABC de los Medios Tácticos - *David Garcia y Geert Lovink*
- La guerra interminable entre red y videocracia - *Franco Berardi Bifo*
- Semiótica de los medios y del movimiento. ¿Semiótica en movimiento? - *Federico Montanari*
- Internet fuera de la PC. ¿El media-activismo buscará la convergencia? - *Davide Sacco*
- Weblog. Información independiente entre comunidades reales y virtuales - *Ugo Vallauri*
- El movimiento entre medios cerrados y medios abiertos - *Silvano mcsilvan Cacciari*

2. El big bang Indymedia

- Una tempestad envolvente. El cyber-forum abierto Indymedia - *Dee Dee Halleck*
- Indymedia después del 11 de septiembre. Entrevista con DeeDee Halleck - *Ugo Vallauri*
- La Publicación Abierta (Open Publishing) es como el Software Libre - *Matthew Arnison*
- Indymedia, el problema de la credibilidad y las noticias sobre el conflicto en Palestina - *Evan Henshaw-Plath*
- Indymedia Italia: Bolonia, Génova, Palestina - *Teresa Paoli*
- Vademecum legal para los media activistas - *Federico Micali*

3. Camcorder Kamikaze. El videoactivismo

- El videoactivismo antes y después de Seattle N30 - *Matteo Pasquinelli*
- Camcorder Kamikazes Manifiesto
- Candida. La TV electrodoméstica - *Macchina*
- Supervideo. Los superhéroes de Candida TV del Global Forum de Nápoles al G8 de Génova
- En primera línea. Diario de una jornada como media-activista - *Agila Mediattivista*
- SCP. Actores para telecámaras de vigilancia - *Bitsurs y Lorenzo Maiorino*

4. Radio-actividad. Un medio en continua evolución

- La evolución de la radio. Escenarios políticos y tecnológicos - *Vito Di Marco*
- Qué futuro para las transmisiones internacionales de onda corta - *Andrea Borgnino*
- Minima memoranda. El movimiento de las radios mini-FM en Japón - *Tetsuo Kogawa*
- Streaming media. Sentimiento vs. resentimiento - *FRNK*
- La revolución wi-fi. Redes tácticas sin cables - *Lavo Cuciva*
- Multiplicar los manantiales. MuSE, software libre para radios libres - *Denis Rojo*

5. Condominio TV. Las televisiones urbanas al asalto del cielo

- Open Channel. Hacia una red europea de televisiones libres - *Matteo Pasquinelli*
- Multitudo TV. Proclama para la liberación del cielo - *Rekombinant*
- TV-comunidad TV-condominio TV-portero eléctrico TV-barrio TV-bar - *Matteo Pasquinelli*
- Una utopía pirata para la televisión táctica - *David Garcia*
- Experimentos tecnológicos en la televisión local Amsterdam - *Nicole Smits e Raoul Marroquin*
- Minimal TV - *Giacomo Verde y Quinta Parete Network*

6. Por un dominio público de los medios

- Por un dominio público de los medios. Nuevas estrategias para nuevos espacios - *Matteo Pasquinelli*
- Preguntas frecuentes sobre el Dominio Público - *Society for Old and New Media*
- ¡Queremos ancho de banda para todos! - *Society for Old and New Media*
- Carta de los Derechos de la Banda Ancha - *Center for Digital Democracy*
- Un "ocho por mil" para la información independiente - *Paolo Soglia*
- Reclaim the attention economy. Por la construcción de una economía de la atención ética y de una red de publicidad autónoma - *Matteo Pasquinelli*

7. Hacia un Forum Mundial de los Medios. De Porto Alegre a Ginebra 2003

- Carta de los Derechos de la Comunicación - *Society for Old and New Media*
- Derecho a la comunicación, comunicar los derechos. El camino hacia Ginebra 2003: primer Cumbre sobre la Sociedad de la Información - *Jason Nardi*
- El movimiento y la izquierda enfrentados sobre el problema de la comunicación en el Forum Social Europeo de Florencia - *Marco Trotta*
- Por una comunicación independiente en el mundo del trabajo: la universalidad de los trabajadores y las dificultades del sindicato - *Mario Agostinelli*
- MediAttac. La autoeducación popular orientada a la (comunic)acción - *Claudio Jampaglia*
- Sherwood comunicazione. De la comunidad al mainstream y retorno - *Claudio Calia*

8. Mediawatch. Los perros guardianes de la información

- FAIR, deconstruir el Medio y el Mensaje. Entrevista con Janine Jackson - *Stephen Marshall*
- El kit del media-activista. Como descubrir la desinformación en los medios - *FAIR*
- Media Watch International - *Forum Sociale Mondiale*
- Megachip. Que mil gotas se vuelvan un río - *Megachip*

Webografía

1. Una caja de herramientas para mediactivistas

El ABC de los Media Tácticos

David Garcia 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.

Crear 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 nómada 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 incontrastable 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 entretrejado 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 preveer 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 Semiocapitalismo 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. Prodomos: 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 dismantelamiento crítico de los periódicos, telenoticieros 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 "semicapital".

¿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 estructural'- 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 babean 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 incomprendimientos 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, Castelvecchi, 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, reproponiendo 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 Pentágono!). 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 se".

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 remarcan 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 frecuentadores 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 imparabile. 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 *Realitaet 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 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.

2. El big bang Indymedia

Una tormenta envolvente: el cyber-forum abierto Indymedia

Dee Dee Halleck (Paper Tiger TV, Deep Dish TV, Indymedia)

El Independent Media Center es una red de colectivos de medios para la creación de narraciones radicales, objetivas y apasionantes de la verdad.

- del manifiesto del Boston IMC, marzo de 2000

Que haremos una red de comunicación entre todas nuestras luchas y resistencias. Una red intercontinental de comunicación alternativa contra el neoliberalismo, una red intercontinental de comunicación alternativa por la humanidad.

Esta red intercontinental de comunicación alternativa buscará tejer los canales para que la palabra camine todos los caminos que resisten. Esta red intercontinental de comunicación alternativa será el medio para que se comuniquen entre sí las distintas resistencias.

Esta red intercontinental de comunicación alternativa no es una estructura organizativa, no tiene centro rector ni decisorio, no tiene mando central ni jerarquías. La red somos los todos los que nos hablamos y escuchamos.

- 2ª declaración del Primer Encuentro Intercontinental por la Humanidad y contra el Neoliberalismo en Chiapas, 1996

CAMIONEROS Y TORTUGAS, FINALMENTE JUNTOS

- cartel de un manifestante, Seattle, 30 de noviembre de 1999

En Seattle como en Davos, Washington DC y Praga, en Calgary y en Niza, los mediactivistas y los ambientalistas, las organizaciones sindicales y los que luchan contra la deforestación, coincidieron con una energía formidable, que tuvo impacto no solamente sobre los inversores internacionales, sino que también causaron notables crisis a los gigantes del negocio agrícola como Monsanto y a grandes nombres de la moda como Gap y Nike.

Uno de los aspectos notables del activismo de los últimos tres años fue la poderosa integración del movimiento con los medios alternativos. Este no fue un intento de "aparecer en la TV", sino un compromiso para crear nuevas formas de información utilizando nuevos espacios, tecnologías y estrategias de colaboración. Este movimiento mediático se fue afirmando mediante la creación de Independent Media Centers (IMC) [Centros de Medios Independientes], en los cuales los mediactivistas construyeron sus propios espacios de información pública, tanto físicos como virtuales, integrando varios formatos mediáticos y tecnologías: videocámaras, radio web, video streaming, microradio, fotografía digital, canales televisivos comunitarios, trasponders satelitales y periodismo en movimiento a través de computadoras portátiles. Esta vez la revolución no se transmite por televisión solamente, sino que está digitalizada y transmitida en streaming.

Detrás de las barricadas estratégicas de los ambientalistas radicales y detrás de vivaces y apasionados videos y sitios web producidos por colectivos de video y genios informáticos, los IMC representan un cambio de época en la forma de la acción pública y en su documentación. El aspecto más radical del movimiento anti-globalización es su naturaleza no jerárquica. Las decisiones se toman con el consenso de los participantes, que están directamente comprometidos en los procesos decisionales. Y esto es válido tanto para los medios como para el movimiento.

Los Independent Media Center se fueron afirmando como modelos, no solamente para los nuevos formatos de la producción mediática, sino también en cuanto ejemplos prácticos de producción colectiva. Diversas realidades confluyeron conjuntamente: la comunidad videoactivista, las pequeñas radios pirata, los hackers y los desarrolladores de código, los productores de fanzines y el universo de la música punk. Estos activistas multimediales fueron inspirados y proyectados por algunos eventos denominados *Next Five Minutes*, organizados por Geert Lovink, David García y otros en Amsterdam durante los años noventa. Estos encuentros brindaron una ventana sobre las posibilidades de mega-eventos colaborativos y participativos. Precisamente cuando el movimiento

global por la justicia y la responsabilidad social crecía para contrastar la globalización neoliberal, finalmente hubo un reconocimiento por parte de los grupos progresistas de la importancia de los medios alternativos y, contemporáneamente, del rol central de la oligarquía de la información/entretenimiento en el capitalismo global. En forma lúcida, el movimiento anti-globalización considera a los medios corporativos como parte integrante del problema. Para estos activistas, crear nuevos modos de comunicación es parte imprescindible de la respuesta al neoliberalismo. El éxito de los Independent Media Center está considerado un ejemplo concreto del hecho de que las estructuras alternativas para la vida y el trabajo pueden ser eficientes y poderosas.

Desde el inicio, hubo un compromiso para una gestión democrática en todos los niveles internos de los IMC. Los procedimientos con los cuales se toman las decisiones a menudo son discutidos en las mailing lists [listas de discusión] de los IMC. El movimiento para los medios alternativos se basa en una estructura flexible y abierta, sobre la aplicación de usos y valores democráticos a las nuevas tecnologías, y sobre el continuo compromiso para conectar gentes en un movimiento transnacional. Brinda entonces, un modelo para la evolución de la oposición radical, desde la espontánea aparición de prácticas creativas individuales, a los encuentros colectivos de pequeñas cooperativas para la difusión e intercambio de capacidades prácticas y técnicas, al crecimiento de colectivos nacionales e internacionales. La misma fuerza que aglutina a este movimiento lo mantiene al mismo tiempo democráticamente comunitario. Lo que sigue es un texto que fue escrito para ser incluido en un folleto de instrucciones para crear Independent Media Centers:

Procesos decisionales

Los actuales IMC están organizados como colectivos y funcionan según los principios del consenso. El éxito de la fórmula de los IMC está estrechamente ligado a la presencia de esta estructura. El proceso decisional no jerárquico alienta a cada productor de medios a contribuir con sus mejores trabajos, y a participar tanto como lo desee. En los IMC activos a pleno régimen, un modelo que ha funcionado bien es el de tener dos reuniones al día: una reunión general cada noche y un encuentro de los "delegados" cada mañana. Cada encuentro general está enteramente basado sobre el consenso de quienes participan, con múltiples coordinadores que tengan la función de garantizar la representatividad sexual, racial y de las diversas áreas de activismo. Cada encuentro de los delegados cuenta con la presencia de los coordinadores de los diversos grupos y/o de representantes reconocidos. En las reuniones generales, las decisiones se toman con la intervención de todos los participantes, mientras que en los encuentros de los delegados solamente los representantes elegidos de los grupos toman parte en las votaciones (aunque todos los demás contribuyen en la discusión). En las reuniones generales, los coordinadores se disponen en una forma bien visible de modo tal que quede claro a los miembros de los diversos grupos a quién se tiene que dirigir para eventuales críticas o pedidos. Los coordinadores comunican luego estas instancias en el encuentro de los delegados. Este proceso decisional ha funcionado hasta ahora bastante bien, pero es necesario que tanto los encuentros de los delegados como las reuniones generales estén abiertas a todos.

Una característica de esta actividad mediática, y al mismo tiempo del movimiento anti-globalización del cual es parte, es el hecho de que ambos están muy orientados hacia la negación del capital. Este movimiento rechaza cada vez más los compromisos con los grandes poderes. A decir verdad, después de Seattle, Praga y Génova, parecía que el movimiento anti-globalización comenzaba a tener el control de la situación. Durante el verano de 2001, hubo revelaciones cada vez más incisivas sobre las irregularidades cometidas durante las elecciones presidenciales en Florida. La Enron estaba en quiebra, demostrando el nivel de corrupción posible en la era de las cajas chinas societarias. Luego, sin embargo, con el ataque al World Trade Center, hubo una rápida escalada de la represión, e comenzaron a crecer las presiones para limitar los derechos civiles y constitucionales en la carrera de la "Guerra al Terrorismo". En el clima actual, el rol del movimiento de los Independent Media Center no obstante no ha disminuido. En los días sucesivos al ataque a las torres gemelas, el IMC de Nueva York brindó oportunos artículos con testimonios directos de la tragedia.

En todo el mundo, los centros de Indymedia continuaron a proliferar y a expandirse. La respuesta a la caída del gobierno argentino en diciembre (o mejor dicho, de los gobiernos argentinos) dio estímulo y una amplia utilización de argentina.indymedia.org, ya sea como instrumento organizativo para manifestaciones y acciones callejeras, que como foro de discusión para comprender la situación y las perspectivas futuras. En vista del estado de sitio, el sitio web se tornó un medio para la gente en otras áreas del país, para intercambiar informaciones que superaran los confines de Internet. Las publicaciones multimediales sobre el sitio (video, audio y fotografías digitales) permitieron a

diversos grupos organizar muestras en las calles de otras ciudades y países. Imágenes fotográficas, textos y posters colocados en el sitio argentino de Indymedia fueron colgados sobre cuerdas en los parques públicos. La gente se reunía en torno a estos materiales del mismo modo que se reunían para leer los periódicos murales chinos. En estos eventos se proyectaba un video proveniente de Buenos Aires, que era difundido además en encuentros sindicales, en las *asambleas* (los colectivos auto-organizados que aparecieron en diversos barrios), en las universidades y en las calles.

El IMC Chiapas inició su actividad apenas unos días antes de que los grupos indígenas provenientes de ese ángulo amenazado de México comenzaran un viaje a lo largo del todo el país hacia la Ciudad de México. Se trataba de un IMC en movimiento: sobre uno de los autobuses de la caravana, los activistas producían las noticias, mientras el grupo aumentaba en importancia involucrando adeptos en cada uno de las aldeas que atravesaba. Todos los días fotos, textos, breves clips de audio y video daban testimonio de las aventuras del día precedente. Cuando el grupo llegó a la Ciudad de México, se preparó un programa de una hora, que -combinado con una cobertura del evento con traducciones simultáneas en estilo C-Span (un canal que transmite vía cable y vía satélite las labores parlamentarias norteamericanas)- se transmitió vía satélite a la red Free Speech y puesto a disposición como video streaming en la web. Este evento crucial no tenía precedentes en México. La Plaza Zócalo estaba más llena que nunca. La respuesta de la prensa corporativa fue insuficiente, pero todos los sitios de los IMC, remitiendo a las publicaciones provenientes de Chiapas, consintieron a centenares de visitantes de todo el mundo gozar de artículos de primera mano sobre los eventos.

La estructura del IMC

Los subgrupos del Independent Media Center están ágilmente divididos por medio dentro del espacio físico del IMC, en los grupos específicos gestionados vía web y a través de listas de discusión que ponen en comunicación los diversos participantes. Por ejemplo, en un IMC puede haber un rincón foto, en el cual los fotógrafos disponen de espacio y computadoras para escanear y publicar las fotos en la web. Este grupo tendrá encuentros propios, además de los generales. Los fotógrafos son parte de la lista global Indymedia-photo, y pueden también tener una lista de discusión dedicada a las fotos en su ámbito local, por ejemplo photo-Seattle, photo-DC, etc. Además de las fotos, hay subgrupos similares para video, radio, volantes y web/técnicos.

En muchas ciudades hay un espacio físico propio dedicado a las diversas actividades, en otros los espacios pueden estar dislocados en lugares diferentes. Por ejemplo, en Argentina el colectivo video se encuentra en un lugar y los fotógrafos en otro. A veces se trata de una elección dictada por motivos de seguridad. Algunos IMC han desembarcado en las microestaciones radio que reciben los programas a transmitir vía web y están alojados en espacios separados para mantener menos identificables (en práctica, se trata técnicamente de transmisiones ilegales, pero los mediactivistas sostienen que quien transmite tiene todo el derecho de hacerlo porque utiliza frecuencias, que son un recurso público).

El módulo de solicitud para recibir una identificación de prensa IMC en el nodo de Washington DC de Indymedia, el 12 de abril intentó aclarar las expectativas respecto a los objetivos y comportamientos a tener:

El IMC es un centro de medios constituido íntegramente por voluntarios, organizado como un colectivo alternativo a los medios y a las instituciones corporativas. Es un recurso para reunir los esfuerzos y transmitir el propio mensaje a las comunidades – no se trata de un instrumento para generar ganancias.

Presentando mi documento de identidad y solicitando ser un miembro del IMC, confirmo haber leído y entendido los puntos subsiguientes y trabajaré siguiendo estas reglas en modo de utilizar correctamente el espacio y los recursos disponibles para alcanzar los objetivos del IMC (ver más abajo). Comprendo que comportándome en modo diverso al aconsejado, no actúo de acuerdo con el IMC y mi participación será limitada a consideración del grupo central del IMC.

No utilizaré la violencia cuando me encuentre en el interior de los espacios del IMC, ni cuando cubra los eventos en cuanto participante del IMC, o en ninguna estructura ligada al funcionamiento del IMC. Esto quiere decir también evitar el lenguaje incorrecto y comportamientos racistas, homofóbicos y sexistas.

No participaré en NINGUNA actividad ilegal en el interior de un espacio del IMC.

Hay un acuerdo denominado *Principles of Unity* (Principios de Unidad) que subraya la necesidad de procesos decisionales basados sobre el consenso. Desarrollar un auténtico consenso es siempre un proceso difícil y requiere mucho tiempo. Como fue descrito en un fascículo de un IMC: "Hay un difícil compromiso a negociar: por una parte se quiere que las personas capaces y ansiosas de tomar parte en nuestras acciones puedan hacerlo sin demasiados obstáculos; por la otra parte se quiere un sistema de equilibrio para lograr que las voces de la gente se escuchen y para evitar que el poder decisional se centralice más de lo funcionalmente necesario" (primera versión de la guía para los IMC preparada por Seattle IMC después de los eventos de la OMC).

Cuestiones de representatividad

Indymedia fue iniciada por grupos que ya habían estado activos en los circuitos de los medios alternativos: Paper Tiger, Deep Dish, Headwaters Video Collective, Sleeping Giant, Changing America, Speak Easy, Free Speech TV y otros. Hubo una convergencia entre estos mediactivistas y los movimientos por la justicia social y contra la globalización corporativa. En un ensayo provocatorio ampliamente difundido en las listas de discusión y en sitios web, Betita Martínez, activista chicana de la San Francisco Bay Area, ha acusado al movimiento-antiglobalización de estar casi exclusivamente compuesto por blancos¹, sin concreta participación de gente de color, a menudo las verdaderas víctimas de las reestructuraciones impuestas por las "reformas" del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial. En el interior de los IMC, en efecto, hay una dependencia de las capacidades técnicas de jóvenes varones principalmente blancos. Visto que los IMC son fundamentalmente organizaciones voluntarias que a menudo utilizan equipos alquilados para la ocasión, muchos jóvenes de la clase obrera no pueden permitirse emplear su propio tiempo en estas estructuras y no poseen el equipo técnico para contribuir a este tipo de trabajo no lucrativo.

Hay grupos que están intentando responder constructivamente a esta situación. En una nota para planificar nuevas tácticas para los IMC, alguien escribió: "¿Cómo podemos superar las barreras de sexo, color, cultura, generación, acceso, lenguaje y representación étnica en nuestras producciones y en la distribución de los poderes?" Estas discusiones están actualmente en curso en la web y en los encuentros de los IMC en los cuales se discuten las estrategias para alcanzar las comunidades de color. En la mayor parte de los casos, los IMC lograron trabajar sin desmembrarse en grupos ligados a la identidad, que fue lo que destruyó muchos movimientos de izquierda de los años noventa. Los grupos en el interior de Indymedia se constituyen en torno a los encargos y a los equipamientos, y hay un intento consciente para ampliar la representación social.

Proponía pensar en las posibilidades ofrecidas por una ciudadanía radicalmente democrática... nos permitirá probar la articulación de esta variedad de espacios políticos con una identidad común.

- Chantal Mouffle²

El formato de la página web

Aunque bastante populares y visitados por millones de personas, los sitios web de Indymedia no tienen nada de espectaculares, y en cambio están construidos con el propósito de involucrar y facilitar la participación. La página principal está dividida en tres columnas, la primera de las cuales contiene los enlaces a todos los sitios de los IMC en el mundo. La sección central contiene artículos ligeramente editados, con noticias regularmente actualizadas. La columna sobre la derecha está dedicada a los comentarios en tiempo real de cualquiera que quiera contribuir. El software utilizado fue inicialmente desarrollado en Australia por Matthew Arnison y otros técnicos del CAT (Community Activist Technology) para las organizaciones activistas del continente australiano. Luego fue perfeccionado y adaptado por Manse Jacobi, de Free Speech TV, Chris Burnett de Regeneration TV, y otros del grupo técnico de IMC. Este software permite a cada usuario/lector enviar fácilmente sus propios textos, videos, audio y fotos. Las selecciones sobre la columna central del sitio de Indymedia

¹ Mirando los videos de Seattle, es difícil estar totalmente de acuerdo; se observa que, en las acciones relativas a las convenciones de Filadelfia y Los Ángeles, había una fuerte participación de gente de color.

² Mouffle, Chantal. Entrevista con Ian Angus, 6/11/1998, Knowledge Network, servicio público televisivo del British Columbia

están elegidas y preparadas para la publicación en modo tal de construir una estructura actualizada de información. No obstante, a menudo estos artículos son elegidos entre los temas tratados en los comentarios espontáneos de la columna de la derecha y son publicados en la sección central en el formato original en que fueron escritos. A estas historias principales se les coloca inmediatamente después, todos los enlaces a los comentarios que provoca como respuesta. Este sistema es totalmente diferente a la oferta de noticias simplificadas a disposición de los usuarios pasivos de CNN.com. Al mismo tiempo, otras opciones hacen del sitio de Indymedia un lugar de búsqueda e intercambio notables. Cada sitio local contiene un archivo de fotos, audio/video y textos, que se puede consultar para encontrar contribuciones específicas que aparecieron en uno de los medios soportados, por ejemplo entre todos los videos, los clips radiofónicos o todas las fotos presentes. Se estima que hay más de 15.000 fotos disponibles en los sitios web de los IMC.

Transmisión

Desde los primeros días en Seattle, hubo una resuelta atención para diseminar las producciones de los IMC más allá de la red Internet. "The Blind Spot" [el aviso ciego], el periódico producido por el IMC Seattle, compaginado y disponible en la red, también fue impreso por millares en formato tabloide y distribuido en los bares, en las zonas donde hubo manifestaciones y en otros lugares públicos. La radio web se transmitía en diversos lugares a través de estaciones micro y comunitarias, a menudo, en varias frecuencias contemporáneamente. En Seattle, las transmisiones de video se llevaron en bicicleta hasta el punto de transmisión satelital. Durante cinco días Deep Dish TV transmitió un programa de una hora, compuesto por media hora sobre las acciones que sucedían en Seattle y media hora de documentales que contextualizaron los eventos. Estas transmisiones vía satélite fueron adquiridas por varias televisiones comunitarias (de público acceso, canales universitarios y otros vinculados al gobierno), que las retransmitieron a su público.

Esta red de canales y medios colaborativos no surgió de la nada a partir de las protestas contra el WTO. Deep Dish Network y Freespeech TV recogieron materiales para esta fantasmagórica red durante años. Deep Dish fue pionera de este tipo de programas fuertemente orientados durante la Guerra del Golfo en 1991, cuando se produjeron diez programas antes, durante y después de la guerra. Eran épocas en las cuales en los medios corporativos pasaban solamente las conferencias de prensa militares y las historias heroicas de las tropas norteamericanas (incluso la PBS³ entra en esa lista, ya que muchas de sus producciones en esa época estaban financiadas por la General Motors, productora de tanques usados en la guerra). En ese contexto, Deep Dish, trabajando con productores independientes y comunitarios que provenía de todos los Estados Unidos, pudo presentar las diversas voces de oposición a la Guerra del Golfo.

En el año 2000, durante las reuniones políticas en Filadelfia y Los Ángeles, se transmitieron treinta y cinco horas de programas en directo, utilizando contribuciones recogidas durante los eventos de la jornada. Cada día se produjo un resumen de noticias del día, conducido por Ami Goodman y Juan Gonzáles de Pacifica Radio. En esa ocasión, los programas del IMC superaron decididamente a las redes comerciales y a la cobertura oficial de Jim Lehrer de la PBS en cuanto a profundidad, variedad de puntos de vista expresados y en la exposición de las contradicciones del comité republicano.⁴

Todo esto fue realizado con un pequeño financiamiento de Freespeech TV y con otras pocas donaciones de particulares, aunque se trate de producciones que costarían millones de dólares a las organizaciones corporativas. Los IMC funcionan bien gracias al notable tejido de voluntariado que los sostiene, sobre todo por parte de la

³ La PBS es el servicio televisivo público norteamericano.

⁴ Los invitados en el estudio y las entrevistas en exteriores en un único programa televisivo de dos horas desde Filadelfia, comprendieron a los conductores Goodman y Gonzáles, al crítico de los medios Ed Herman; Frank Sesno, vicepresidente de CNN News; al autor de Contragate Oliver North; Jimmy Hoffa, presidente de los autotransportistas; al jefe de RNC Jim Nicholson; Newt Gingrich; Nora Callahan, activista del tema de las prisiones; a la ex detenida Mary Gaines y sus hijos Rakesha y Ricky, de 18 y 21 años; Tamika, cuyo hermano está en prisión; dos activistas detenidos, Jane y Does, telefónicamente desde las prisiones donde se encuentran; Rick Beltram, delegado republicano de South Carolina y su hijo Steve, que es un manifestante; Warren Mowry, otro delegado republicano de South Carolina; y Michael Franti, cantante de Spearhead.

comunidad tecnológica. Un ejemplo de la naturaleza improvisada de la red de Indymedia es lo que sucedió cuando el sitio de Seattle fue literalmente desbordado por millones de envíos durante los encuentros del WTO. Cualquiera que tenga un mínimo conocimiento técnico sabía que el sitio estaba repleto de visitantes. En ese punto entraron en juego algunos servidores como mirrors [sitios espejo], entre los cuales algunos en el exterior, que contribuyeron a aumentar la banda disponible para administrar el abarrotamiento. (Necesitamos) una estrategia de guerrilla ágil, plural e internacional para romper el bloqueo corporativo sobre la democracia.

Hilary Wainwright, Red Pepper

Mucho antes del nacimiento de la world wide web, Hans Magnus Enzensberger escribió "el punto clave de los medios electrónicos, el factor político decisivo que, censurado y negado, ha esperado la llegada de su momento, es su fuerza movilizadora". No hay forma en que hubiera podido prever el modo en el cual los mismos medios estaban por convertirse en móviles. Utilizando el e-mail y la web, los activistas pudieron crear una comunidad de productores y de distribuidores de la información, que pueden responder rápidamente a los eventos y crear una red de público y colaboradores a nivel local, regional e internacional.

Enzensberger destaca el potencial colaborativo: "una ulterior característica de los medios más avanzados -probablemente la decisiva- es su estructura colectiva"⁵. La naturaleza colaborativa del trabajo de Indymedia es algo que los medios corporativos no pueden comprender. Para cubrir esta revolución mediática, la prensa corporativa, incapaz o no interesada en las implicancias de esta nueva forma de compartir la información, se detuvo en el concepto de "hacking". El hacking es algo que los periodistas corporativos son capaces de digerir, mientras que no están en grado de apreciar y comprender las más complejas formas de cyber-activismo no-global. Se detuvieron en la idea de un enfermo de computadoras que trabaja como terrorista informático. Y en cambio, tienen una gran dificultad para comprender qué son y cómo funcionan grupos de producción de medios descentralizados, basados sobre el consenso.

En Melbourne (Australia), durante las manifestaciones de Septiembre de 2000 contra la reunión del World Economic Forum, en un artículo J.M.G. comentaba que la incapacidad de los medios corporativos para documentar dignamente las cuestiones y los eventos que acompañaron el S11 se contraponen con un número creciente de medios independientes, comunitarios y actores particulares que se encuentran interactuando mediante Indymedia. El sitio de Indymedia brinda un "canal" para las discusiones libres, sin control editorial, en cuanto que con un simple click en el botón "publicar" permite a todos cargar y compartir sus propias historias. Más que desafiar a los corporativos o de colársele, el objetivo de Indymedia es crear un sistema externo a la cultura socio-política dominante, dando nuevos poderes a los ciudadanos, mejorando las oportunidades y el acceso a la información. Esta estrategia comunicativa rechaza el concepto tradicional de "audiencia", empujando al lector/escritor a alcanzar sus propias conclusiones, desgranando las diversas perspectivas de las historias relacionadas con el S11 y otros eventos. La increíble cantidad y la variedad de información disponible ha animado a un mayor compromiso ya sea con las cuestiones tratadas como con los otros lectores/colaboradores. Crear este espacio que brinda nuevos instrumentos de control a la audiencia ha dado un sentido a las cualidades intrínsecas del hipertexto; a diferencia de la mayor parte de los servicios de información on-line, que continúan reproduciendo el modelo de transmisión de una vía.

Cobertura de los medios corporativos sobre Indymedia

La posición anti-corporativa a veces puede volverse compleja por las contradicciones entre el deseo de exposición de las cuestiones tratadas y la necesidad de soporte material para las acciones de los IMC. ¿Cuál es la posición moralmente más aceptable cuando los medios institucionales doblegados a la lógica de la ganancia, que tienen millones de oyentes, quieren utilizar las imágenes o las informaciones recogidas con estrategias colaborativas y sin lucro? Hay infinitas discusiones en las diversas listas de discusión de los IMC sobre la oportunidad de brindar los videos recogidos en las redes corporativas con la esperanza de extender la audiencia alcanzable, y sobre la posibilidad de aprovechar la venta del material de archivo para financiar el movimiento IMC.

La desconfianza respecto a los medios corporativos fue codificada en el panfleto "IMC Blueprint" con las siguientes reglas:

⁵ Ibid., p.107

1. Intentaremos fijar por anticipado los horarios de las visitas de los medios corporativos a los IMC, en modo de todos sepan que están llegando. Si es posible, intentaremos preparar la visita de los operadores corporativos en una reunión general.
2. Todos los medios institucionales que escriben artículos en los IMC tendrían que registrarse como medio corporativo – también es posible asignarles pases especiales para usar mientras se encuentran en el interior del IMC.
3. Alguien del grupo que se ocupa de las relaciones públicas puede acompañar a los miembros de las organizaciones corporativas durante su visita al IMC.

A veces, las actividades del IMC capturan la atención de la prensa y aumenta notablemente el número de visitantes del sitio. Como sostiene J.M.G., los usos creativos de la tecnología Internet durante las manifestaciones de S11 demostraron la funcionalidad de la Red no sólo como instrumento organizativo, sino también como forma de desobediencia civil en el cyberspacio. El irónico gesto del enlace a *You're the Voice* [Ud. es la Voz] de John Farnham -elegida como canción oficial del S11- y las inteligentes acciones de hacktivism que redirigían a los usuarios de www.nike.com a www.S11.org, generaron una intensa discusión con la prensa, las radios y las televisiones. Esta publicidad alertó a nuevas franjas de público sobre la existencia del sitio y llevaron a un aumento de las visitas recibidas. Los viejos medios fueron importantes en la promoción del nuevo medio, remarcando el hecho de que, si bien la Red es un nuevo instrumento importante, los activistas continúan en gran parte a depender de la cobertura de los medios tradicionales, y no pueden permitirse utilizar solamente las redes emergentes de comunicación.

Los críticos corporativos han subestimado a los activistas de Indymedia definiendo sus estrategias más fuertemente contradictorias: usan instrumentos corporativos como Internet para atacar la agenda institucional. Los activistas de Indymedia rebaten que se trata de una típica táctica de guerrilla: dar vuelta los instrumentos de los opresores contra sí mismos. De cualquier modo, una respuesta más razonable es que Internet fue desarrollada en un proceso colaborativo con fondos públicos a través de instituciones educativas. El invento no fue el resultado de una investigación de productos para el mercado. Todo el esfuerzo fue sostenido por inversiones públicas y alentado por una atmósfera de mutua cooperación, con el mismo espíritu con el cual se desarrolló Indymedia. Los primeros investigadores de Internet no se dedicaron a inventar productos que el sector comercial pudiera (o quisiera) desarrollar. Precisamente cuando el *e-commerce* [comercio electrónico] conquista gran parte de la banda disponible, hay iniciativas como Indymedia que preservan el auténtico potencial interactivo de Internet y, de este modo, reafirman su rol de recurso público para el progreso.

Problemas

El formato *open-publishing* [publicación abierta] de Indymedia lo rinde un objetivo muy vulnerable a la extrema derecha y para los agentes del aparato de Seguridad Nacional. Hay mensajes que son solamente un intento de desinformación. Es verdad, han sido contradichos por otros mensajes, pero a veces el daño es irreparable. La infiltración en los movimientos en Filadelfia y Los Ángeles fue muy problemática, pero más bien obvia. El sitio de Indymedia en esa ocasión permitió identificar específicos agitadores e infiltrados, y por lo tanto, defenderse. Con el crecimiento del régimen de Bush en Washington, estos intentos de desestabilizar el movimiento no pueden más que aumentar, y puede volverse más difícil de combatir en cuanto las tácticas de la policía se vuelven más sutiles y difíciles de individualizar.

Otro problema reciente es el uso de los comentarios como si se tratara de un chat. Algunas discusiones se volvieron puntos de encuentro entre personajes particulares, que visitan asiduamente el sitio y publican solamente para polemizar con sus amigos. Esto sucede menos en los momentos de activismo más encendido (como en los días de Praga), pero a veces rinde aburrida la lectura de los comentarios.

Un problema ineludible es el de la sustentabilidad de Indymedia. Este proyecto hasta ahora, fue construido principalmente con el trabajo voluntario. Hay tensiones y cansancio con los que ajustar las cuentas. El trabajo principal es a menudo cubrir un evento, y visto el régimen de voluntariado fue difícil mantener siempre intactas las energías y la lucidez. Con relación a ello, actualmente hay esfuerzos orientados a producir cotidianamente un telenoticiero en los Estados Unidos, que podría brindar un punto de partida para las actividades mediáticas.

Diálogo

Todo el proceso de Indymedia es completamente abierto, y se puede reconstruir por completo: no hay censura, ningún proceso selectivo (excepto lo que es elegido para la columna central). Cada declaración puede recibir comentarios inmediatamente, puede ser discutida y/o corregida, o destruida (y esto parece ser un problema en aumento). Esperemos que esta estructura abierta pueda evadir los tentativos de sabotaje por parte de provocadores y otros agentes de represión del Estado.

La estructura abierta es específicamente apropiada para el tipo de movimiento que se desarrolló en torno a la globalización. Como hace notar J.M.G., las limitaciones temporales de los formatos de la información (corporativa), que exigen brevedad y la producción de oposiciones netas, no es compatible con la cobertura de algo tan complejo y variado como las protestas del S11. Mientras que hay claras dificultades en el formato de la información, la extrema simplificación de las cuestiones en juego era inapropiada en cuanto, ya sean los temas políticos como las mismas posiciones de los manifestantes, eran múltiples y resistentes a simples categorizaciones. La tecnología Internet, tal como es aplicada por Indymedia, se demostró mucho más eficaz para permitir una proliferación de opiniones heterogéneas.

La batalla contra el neoliberalismo tiene muchos frentes, que se reflejan en las olas espontáneas y difícilmente clasificables de los comentarios, que incluyen tanto simples polémicas como ensayos razonados. Las discusiones en los sitios de Indy comprenden tanto relatos en primera persona de los eventos, como reflexiones sobre las tácticas (por ejemplo, como los manifestantes de Praga usaron disfraces de colores resistentes a los spray irritantes), pasando por la noviolencia (una de las discusiones más activas nace de los comentarios sobre una foto que reproduce un lanzamiento de botellas molotov a un grupo de policías en Praga), y la cuidadosa identificación de los informantes de la policía, hasta detalladas informaciones sobre experimentos de biogenética. Los que están físicamente presentes en el interior de un IMC son solamente una fracción de los que participan. Fotógrafos, videastas, gente que trabaja en radio, escritores y expertos de la web pueden enviar mensajes desde cualquier lugar, en cualquier continente. Durante las protestas de Praga, fueron enviadas fotos de manifestaciones de apoyo que se desarrollaron incluso en Sao Paolo. Cada foto, cada video, cada fragmento de audio y cada texto enviado a cada uno de los sitios de Indymedia está sometido a discusión en el mismo sitio. No hay voces apagadas, ninguna "línea de partido".

Recibimos contribuciones apasionantes sobre temas de racismo y de inclusión social, sobre estrategias eficaces para mejorar las reuniones, consejos para la asistencia legal y sobre qué hacer en caso de acusaciones y procesos. Este movimiento está compuesto por grupos eclécticos que pertenecen a organizaciones progresistas, por las que se consideran extremistas, por las comprometidas en la construcción de consenso electoral, por las que rechazan cualquier tipo de organización formal. El rol de Indymedia fue fundamentalmente facilitar la comunicación entre muchos de estos grupos y también con particulares comprometidos. Quizás por primera vez se está desarrollando verdaderamente un diálogo abierto y continuado sobre un modelo diferente de mundo. Gente y grupos de izquierda finalmente hablan entre ellos. A través de estas discusiones y las coaliciones internacionales que crecieron con ellas, está emergiendo un movimiento cuya fuerza y amplitud no tiene necesidad de un jefe carismático y cuyo intermediario es la misma historia.

Indymedia después del 11 de septiembre. Entrevista con DeeDee Halleck

por Ugo Vallauri

Pregunta: ¿Cómo describirías la estrategia de Indymedia?

Respuesta: El sitio de Indymedia Seattle fue inaugurado en noviembre de 1999 como parte de un Independent Media Center general en el cual todos los medios de movimiento que se reunían en Seattle pudieran colaborar. Se asistía a una creciente toma de conciencia del hecho que los grupos que se ocupaban de radio, video, prensa y arte pudieran actuar conjuntamente en modo muy eficaz en instancias específicas. Antes de Seattle, parecía que la ejecución del periodista de radio Mumia Abu Jamal era inevitable. Aunque entonces no existía todavía un centro físico ni un sitio web coordinado, una asamblea de mediactivistas nacional se comprometió a colaborar en la campaña de apoyo de Mumia. En el arco de pocas semanas, muchos de nosotros trabajamos en la realización de una intervención mediática que repudiara la fecha de la ejecución establecida por el Estado de Pennsylvania: se produjeron programas radiofónicos, proyecciones de video, programas vía satélite, suplementos especiales de prensa, posters y hasta un cd rom, realizando por primera vez una colaboración real entre diversos medios. Por todo el país se emitieron continuos mensajes contra la pena de muerte y a favor de un nuevo proceso para Mumia. Por el momento funciona, y el Estado pospuso la fecha de ejecución (si bien Mumia está todavía en la cárcel y corre riesgo de ser ajusticiado). Con la convergencia de muchos grupos en Seattle en 1999, sabíamos que el mismo tipo de campaña emprendida para salvar a Mumia podría ser utilizada para enviar el mensaje del movimiento *anti-corporation* al público, y así fue que proyectamos una colaboración inter-mediática análoga. El sitio web no tenía que ser otra cosa que un lugar en el cual publicar nuestro trabajo. Creo que antes de Seattle, nadie imaginaba verdaderamente que un sitio web podía ser un instrumento popular y eficaz. Es verdad, muchos grupos tienen su propio sitio web, pero el dinamismo del sitio de Seattle era fenomenal. Esto se debía en gran parte a las extraordinarias potencialidades del software *Active*, que rendía fácil para cualquiera el envío no sólo de textos, sino también fotos, video y archivos de audio. *Active* (www.active.org.au/doc) fue ideado en Australia por Matthew Arnison y otros, para ser utilizado por los activistas australianos. Resulta que Matthew se encontraba en Boulder poco antes de Seattle, y allí enseñó a Manseur Jacobi y otros técnicos el código *Active*. La estrategia en sí misma era rendir dar la mayor accesibilidad posible al sitio, no sólo para el downloading [bajada de archivos], sino también para el uploading [carga de archivos]. Creo que solamente después de que el sitio fue preparado y ver su funcionamiento tan eficiente, nosotros comenzamos a darnos cuenta seriamente de lo potente que era ese instrumento.

P: ¿Indymedia tiene el objetivo de presionar a los medios corporativos para inducirlos a alterar sus modalidades de cobertura de los eventos? ¿O más bien siguen una idea de, si así podemos llamarla, "contrainformación"? Si es así, ¿reconocen el peligro de orientarse a un circuito restringido de gente que ya está alineada a la izquierda?

R: Hay un constante conflicto dentro de Indymedia respecto a cuál tendría que ser la mejor actitud respecto de los medios corporativos. Algunos piensan que Indymedia está orientada para presionar sobre la prensa institucional para que sea más honesta. Es verdad, hubo eventos a los cuales, nosotros en primer lugar, hemos dado visibilidad forzando a los corporativos a atenderlos y cubrirlos. Otros, en cambio, creen que tenemos que atraer la atención de la prensa y hacerles "cubrir" Indymedia "legitimándonos". No estoy de acuerdo, y creo que entro en el punto de vista que dice "¡a la mierda con los medios institucionales, hagámonos uno nuestro!".

En lo relacionado con el problema de "predicar al coro", bien, antes que nada, el coro tiene necesidad de información y de "escuchar el sermón", de otro modo, ¿cómo podríamos cantar todos juntos? En cualquier caso, las cifras que alcanza cotidianamente Indymedia demuestran que estamos sin dudas superando los confines del "circulo restringido". Se trata de una audiencia muy grande, y sobre todo, no es una audiencia pasiva: se contabilizan casi tantos mensajes (publicaciones) como visitantes.

P: Indymedia ha sido acusada frecuentemente de no ser una fuente confiable de información y de no hacer otra cosa que contra-propaganda de la propaganda gubernamental. ¿Cuál es tu respuesta a estas posiciones? ¿Cuáles son los próximos pasos necesarios para que Indymedia se convierta en una fuente de noticias completa según tu opinión? ¿Es útil que Indymedia comience a cubrir también los temas que generalmente están impulsados por los medios corporativos?

R: La gente tiene que comprender el formato de la mayoría de nuestros sitios: con los mensajes libres a la derecha y la columna central, editada, más "confiable". Pienso que este formato ya está sobreentendido. Quizás tendríamos que hacerlo más claro y comprensible. Obviamente la publicación abierta no tiene que ser tomada como la "verdad". De todos modos, me gusta el diálogo que alienta. Y probablemente haya más verdad en el diálogo que en un mensaje cualquiera, no importa si es de la columna central o de la derecha. Recuerdo una foto que reproducía el lanzamiento de botellas molotov sobre la policía en Praga; al momento de su publicación hubo centenares de comentarios. La discusión fue bastante importante: sobre el rol de la violencia, sobre el uso que le da la policía y también los manifestantes. Es evidente que las personas que trabajan dentro de los IMC están aprendiendo mucho sobre el mundo de la información y sobre la situación internacional. Por lo tanto, la información será cada vez más completa. Y esperemos también que sea más complicada. El mundo es complicado.

P: Uno de los interrogantes más relevantes para el progreso de Indymedia (y de los medios independientes en general) es el de comunicar eficazmente hacia personas externas al clásico "coro". Indymedia fue capaz de darse a conocer muy rápidamente a todas las comunidades alternativas, y de superar esta barrera ocupándose de la estricta actualidad; estoy pensando en el caso específico del 20 de julio de 2001, cuando italy.indymedia.org fue citada y linkeada directamente por Yahoo! News como fuente de información sobre los eventos de Génova. No obstante esto, todavía parece faltar una estrategia que la ayude a alcanzar una masa crítica de personas acostumbradas a informarse solamente a través de medios corporativos. Según tu opinión, ¿cuáles tendrían que ser las estrategias a emprender por Indymedia para superar este límite? ¿Cuál es el próximo paso hacia el compromiso de las periferias suburbanas?

R: Cada tipo de movilización solamente es eficaz si comprende a las personas directamente comprometidas por los problemas por los cuales se activa. Exactamente este es el motivo por el cual Indymedia fue capaz hasta el momento de alcanzar una audiencia más amplia cuando los eventos han impactado la vida de la gente. Por ejemplo, durante las manifestaciones de Seattle (es decir, cuando ha comenzado Indymedia) había un abismo total entre lo que estaba pasando en las calles y lo que se contaba en los telenoticieros. El documental *Showdown in Seattle Parte 5* lo muestra claramente: la TV habla sobre cuanto aprecian todos el trabajo de la policía y les llevan galletas, mientras que las tomas de Indymedia muestran a la gente que le tira cualquier tipo de cosa a la policía, gritando de dolor mientras la policía los rocía con gas irritante en los ojos, etc. La gente común de Seattle (quizás no los de los barrios periféricos, pero muchos que viven y trabajan en el centro) eran conscientes de esta discontinuidad y buscaron fuentes alternativas de información: se tuvieron que dirigir a Indymedia para obtenerla.

La misma exigencia se manifiesta para la población argentina de estos tiempos. En Argentina, donde la prensa ignora y deforma lo que está sucediendo, literalmente millones de personas están eligiendo Indymedia para informarse y discutir. No tienen otra elección. Tienen necesidad de esa información para sobrevivir.

Por lo general, para las "masas" no involucradas directamente que fueron golpeadas por una situación, el tipo de información brindado por Indymedia resulta solamente preocupante y/o parece lejano y no importante para su vivir cotidiano. ¿Esto significa que el modelo de los IMC funciona solamente para emergencias? Bueno, no, aunque las emergencias puedan constituir la primera ocasión para muchas personas para conectarse a nuestros sitios. Muchos newyorkinos conocieron el Independent Media Center solamente después del ataque al WTC. Algunos llegaron entonces, y ahora vuelven al sitio frecuentemente. De cualquier modo, pienso que sea errado tanto para Indymedia como para los medios independientes en general, tener como objetivo convertirlos en "medios masivos". Lo bello de los IMC es que no se trata de masa. Los mensajes individuales son tan variados y complicados como la vida misma. Ya tuvimos mucha masificación. ¡Nunca más wallmart tv!

P: No obstante las notables posibilidades de acceso a Internet disponibles en los países industrializados, la televisión continúa a ser la fuente principal de información para la mayor parte de los núcleos familiares. ¿Hay chances para Indymedia para que "contamine" a los grandes medios con su misma tendencia? Según tu opinión ¿es fundamental y necesaria la batalla para que Indymedia salte fuera de la red e intente alcanzar a las comunidades y a las generaciones no aproximadas con Internet?

R: En muchas zonas, los IMC utilizan otros medios además de Internet para difundir la información. Por ejemplo, IMC Chiapas produce muchos programas radiofónicos, y también pequeños periódicos. En Argentina, los artistas y los activistas utilizaron el sitio para publicar imágenes, posters, fotos y textos que luego son impresos en otros lugares y colgados en las plazas, en jardines públicos con cuerdas para colgar ropa, de modo que todos los puedan ver. Muchos IMC realizaron transmisiones de radio piratas, que son muy fáciles de hacer y usar, especialmente cuando se puede preparar la red para contenidos en streaming, y difundirlos inmediatamente. Muchos IMC producen periódicos: sumando todas las copias impresas y distribuidas, se toma conciencia de que su difusión es absolutamente notable. Y obviamente, los videos producidos se difunden en pequeñas y grandes proyecciones en muchísimas ocasiones. Un aspecto interesante es que la red de los IMC favorece y anima esta forma de distribución/difusión. Muchos IMC utilizan las proyecciones de medios provenientes de otros IMC como actividad para autofinanciarse. Por ejemplo, en San Diego hay una proyección mensual de materiales provenientes de otros nodos de Indymedia, y por lo habitual concurren 50-70 personas. Pocos, es cierto, pero nada mal para un lugar como San Diego. Creo que hay muchas oportunidades para colaborar con grupos musicales: organizar eventos con artistas hip hop y otras cosas, proyectar videos alternativos combinándolos con conciertos, en lofts, en las universidades, en los parques y ¡en estadios! Es verdad que hay problemas clave, uno de los cuales es que la gran parte del material es el común video tomado durante las manifestaciones. De todos modos, también es verdad que hay casos interesantes, como por ejemplo, el video *Crowd Bites Wolf* sobre Praga. Pienso que el video realizado por el IMC de Nueva York sobre el 11 de septiembre es verdaderamente impactante. Además *Breaking the Bank* es ya un clásico, y va más allá de los habituales materiales de aficionado, se construye una narración que ayude a la comprensión general. Hay buenos ejemplos. ¡Por cierto que la creatividad y la experimentación tienen que ser alentadas! Hay mucho espacio para producciones de medios inteligentes que aprovechen verdaderamente las potencialidades del audio/video y de la gráfica. ¡Basta de comicios gritados desde palcos en las manifestaciones! ¡Más arte y menos retórica!

P: Recientemente Indymedia celebró su segundo aniversario. Mirando atrás y recorriendo las etapas de crecimiento del movimiento anti-globalización y la realización del medio independiente que se ubica dentro de este movimiento, según tu opinión ¿cuáles metas se lograron, y dónde, por el contrario, fracasaron? ¿Qué cambió?

R: Seguramente cambiamos la percepción del público respecto a las organizaciones del mercado global. Ahora nadie ve al WTO o al Banco Mundial como organismos caritativos: esto ya representa una inmensa victoria. Con relación a los fracasos, creo que los mayores problemas son los mismos que vemos alrededor nuestro en el mundo: el profundo abismo en el acceso a los recursos, problemas radicados como el racismo y el sexismo, y las omnipresentes tentaciones de la sociedad de consumo. Hay poquísimos IMC en el Sur. Las mujeres y la gente de color constituyen todavía una minoría dentro de los centros Indymedia, y muchos de los jóvenes creativos que aprendieron a trabajar en los medios con Indymedia fueron fagocitados por el universo corporativo para poder permitirse una tarjeta de crédito.

P: ¿Cómo cambió, estratégicamente, Indymedia en estos dos años? (Quizás podrías responder siguiendo un orden cronológico, partiendo de Seattle, pasando por Washington, Praga, Génova, etc.)

R: En realidad, no logro identificar verdaderos "cambios", solamente una especie de evolución y crecimiento que puede variar según el lugar y la gente involucrada. Un ejemplo de un grupo particularmente activo es D.C. IMC, que administra una estación de radio que transmite las 24 horas, un canal de tv que hace una reseña de todos los otros IMC y envía noticias en una especie de subtítulo rotativo. D.C. perfeccionó también el uso de los archivos IMC como contra-vigilancia: evidencia las imágenes en las cuales es posible reconocer provocadores infiltrados de la policía, registra los abusos de las fuerzas del orden (como por ejemplo, cuando se cubren el número de las placas de identificación con cinta adhesiva negra, abuso de violencia) y cualquier otro tipo de actividad de vigilancia. Génova fue increíble con relación a la producción de noticias en tiempo real. Fue un evento interactivo global.

P: Parece que Indymedia y los IMC hasta ahora fueron extremadamente eficaces y eficientes en la cobertura de los eventos relacionados al movimiento en Seattle, Praga y Génova, es decir, eventos

en los cuales la misma Indymedia tenía un fuerte rol organizativo. La estructura, todavía no parece estar preparada para cubrir eventos dramáticos y crisis en las cuales no cubra un rol directo (por ejemplo, el 11 de septiembre y sus consecuencias). ¿Estás de acuerdo con este análisis? ¿Se nota un cambio en el abordaje de Indymedia de los eventos no estrechamente ligados al activismo después del 11 de septiembre?

R: Creo que muchos IMC tienen un rol importante en la cobertura sistemática de cuestiones locales. Por ejemplo, los temas ligados al problema de la vivienda y a los sin techo son recurrentes en nyc.indymedia.org. Después, hay un buen ejemplo de cobertura continuada (en oposición a la atención dedicada solamente en los momentos de crisis) en el IMC de San Diego. El sitio fue un lugar importante para cubrir los temas ligados a la frontera mexicana. Hubo un caso en el cual alguien con una cámara de video (Benjamín Prado, uno de mis ex-alumnos) se encontraba en el tren que lleva a la frontera con Tijuana. Estaba intentando documentar los excesos de la policía que controla la frontera, y fue golpeado. Esta historia fue cubierta muy detalladamente en el sitio de Indy, e inició importantes discusiones sobre las amenazas a los usuarios del tren. No se trata de un evento excepcional, sino de una discusión que está abierta y de un lugar donde confrontar muchas de las cuestiones ligadas a la frontera México-Estados Unidos.

P: ¿Cómo repercutieron, en el trabajo de Indymedia, los ataques al WTC y al Pentágono del 11 de septiembre?

R: Es difícil de prever cuáles serán los resultados finales del clima actual. Las imágenes del black bloc en las protestas anti-globalización parecen curiosamente descontextualizadas. Pero los IMC resultaron muy útiles para brindar una alternativa al chauvinismo de los medios institucionales. Indudablemente el IMC de Nueva York jugó un rol fundamental para unir las comunidades de mediactivistas y artistas en el área del WTC...

P: ¿Cuán importante es el rol de los IMC como puntos focales a través del cual muchos productores independientes pueden compartir sus propios trabajos y sus propias capacidades, alcanzando al mismo tiempo, audiencias más consistentes que aquellas que hubieran alcanzado en forma individual? ¿La actividad de los IMC tendría que estar estrechamente ligada a la agenda del movimiento, o por el contrario, consideras que tendría que tener una vida totalmente autónoma, sacando su inspiración y los temas de las comunidades locales de las cuales son su expresión?

R: Pienso que tendría que ser tarea de los colectivos locales definir cómo se relacionan los IMC respecto al movimiento (o a los movimientos). Evidentemente, cualquiera que utiliza los espacios de la publicación abierta no tiene que ser necesariamente un movimentista, ¡a veces sucede que es exactamente lo contrario! Pienso que es muy importante mantener un canal abierto y, al mismo tiempo, alentar una variedad de puntos de vista sobre la columna central de los diversos sitios, y más en general, en cada producción que sale de los IMC. ¡Que despunten miles de flores! Si no te gusta un video, ¡arma un grupo con gente que también lo piense y haz uno diferente! Obviamente, hay problemas para procurarse los recursos, etc., pero esperamos que siempre haya una variedad de producciones e intervenciones en los IMC.

P: Aquí en Europa y en los países del sur del mundo, los denominados "social forum" se revelaron como un instrumento importante para poner en comunicación a diferentes áreas de activismo político, voluntariado y manifestantes provenientes de experiencias muy diversas. Las relaciones entre Indymedia y los social forum, no obstante, no fueron muy productivas. Parece que Indymedia y los social forum son experiencias paralelas en muchos aspectos, pero que a menudo se ignoran mutuamente. ¿Esto puede depender de la ausencia en los EE.UU. de sujetos asimilables a los social forum? ¿Existe quizá un abismo entre el área tecnófila que hizo posible Indymedia y las diversas formas de activismo político expresadas por el movimiento fuera de los EE.UU.? ¿Esta discontinuidad tiene que ser salvada para permitir que Indymedia pueda cubrir y ser la voz de las diferentes áreas del movimiento en el mundo?

R: Es una pregunta interesante. Pienso que es más difícil encontrar y documentar pasos y objetivos positivos alcanzados, que ser críticos hacia los resultados expresados hasta ahora. Especialmente en los EE.UU. donde no tenemos una verdadera estructura política alternativa. Pienso que con el desarrollo de más social forum, cada vez más personas comprenden el valor y encontrarán formas

para hacer que los IMC trabajen junto a este movimiento. Considero que el último de Porto Alegre fue muy importante para el IMC argentino, porque muchas personas que participaron en el encuentro de Brasil, luego fueron a ayudar al IMC local en Buenos Aires. Uno de los problemas es que los activistas norteamericanos creen que el movimiento anti-globalización comenzó en Seattle. Hay personas en India, Bolivia, Corea, etc., que combatieron contra el fondo monetario internacional y el banco mundial durante decenios. Pienso que en los EE.UU. tenemos que aprender mucho de estos activistas y los social forum pueden ser el lugar para este intercambio de experiencias globales.

P: ¿El IMC está sufriendo olas de disenso por su abierto rechazo de la "guerra contra el terrorismo" promovida y conducida en primera línea por el gobierno estadounidense?

R: Efectivamente se verificaron casos aislados de mediactivistas de Indymedia que fueron objeto de ataques, pero no se puede hablar todavía de verdadera represión. Diría más bien que el peligro real está en la intimidación: con la vigencia de las leyes draconianas de Ashcroft, nos preguntamos a menudo dónde va a caer la espada. Un aspecto interesante de la nueva legislación, consiste precisamente en el hecho de que quienquiera que ataque la propiedad o se declare culpable de amenazas a los negocios estadounidenses cae automáticamente en la misma categoría de los secuestradores de aviones. El proceso en curso, o mejor dicho, llevado a cabo con el cual el producto de los medios es institucionalizado al menos en lo que respecta a la guerra en Afganistán y su contraparte propagandística en los EE.UU. es decididamente aterrador.

P: ¿Qué tendría que hacerse para desarmar lo hegemónico, o si queremos ir más allá, el imperialístico punto de vista dominante del gobierno de los EE.UU. según tu opinión? ¿Qué rol tendrían que jugar los IMC en el movimiento contra la guerra?

R: Es fundamental que el Independent Media realice una dura crítica a los medios corporativos. Así como la lucha contra el WTO es global, la lucha contra la información al servicio del poder dominante también tendría que ser global en forma análoga: necesitamos una iniciativa global que preserve las ondas sonoras y bandas de transmisión que permitan la difusión del pensamiento libre y la expresión creativa. En el año 2003 va a haber un encuentro global en Ginebra, en la Unión de las Telecomunicaciones Internacionales (UTI). Esta será la "Seattle" de los medios: necesitamos demostrar la necesidad de promover iniciativas locales y salvar espacios satelitales para la comunicación desde abajo. La pregunta es si se puede cultivar el uso de la tecnología de la información desde abajo en la amplia "tierra devastada" de la hegemonía global comercial (y militar) de los recursos tecnológicos. Quizás es tiempo de mirar a la UTI y reinsertar lo público en su programa. La UTI nació antes que las Naciones Unidas como agencia global para asignar frecuencias de radio y prevenir interferencias entre las naciones. Tiene la función de designar tanto el espectro global como los canales satelitales. Ambos recursos son infraestructuras esenciales para cualquier proyecto de comunicación; actualmente, gran parte de estos recursos globales fueron asignados a entes comerciales y militares. Con la caída del bloque soviético, la muerte del movimiento de no-alineados y la privatización de las agencias nacionales de telecomunicaciones, no hay una verdadera resistencia organizada contra la comercialización de las infraestructuras en las telecomunicaciones mundiales. Es por esto que los Murdoch y las diversas MTV en el mundo tienen libre acceso a sus públicos de mercado: todos estamos en la mira. Un ejemplo de cómo las comunidades pueden imponerse a las corporaciones para reconfigurar la infraestructura de las comunicaciones, está representado por el movimiento para el acceso público en los EE.UU. A inicios de los años 70, algunos colectivos y también algunos visionarios de las administraciones comunales, lograron obtener de las sociedades, algunos procedimientos que aseguraran el acceso público a los canales vía cable y a los equipos. Si bien este movimiento fue ampliamente ridiculizado en la prensa popular estadounidense (una prensa poseída en gran parte de los casos ¡por las mismas sociedades de telecomunicaciones!), floreció en muchas ciudades y todavía hoy brinda un modelo para el resto del mundo sobre cómo las ganancias excesivas pueden ser comprometidas en "acciones afirmativas" para una información democrática. Los modelos locales y regionales de colaboración y participación como el movimiento para el acceso público y los diversos IMC pueden constituir las bases para un sistema global de recursos informativos que vea a la humanidad no como un mercado a explotar, sino como ciudadanía participativa y protagonista de esta información. ¿Por qué no pensar un estándar global de comunicación participativa, que afirme la naturaleza pública de los recursos a la información global, como las órbitas terrestres y el espectro? El IMC muestra cómo hacerlo.

El IMC debutó como proyecto estrictamente ligado al movimiento anti-globalización. Edward Said visitó recientemente Viena, y en una entrevista, manifestó sus dudas respecto a la posibilidad de que el movimiento puede transformarse en un nuevo "movimiento pacifista". ¿Cómo responder? Si no sabemos qué decir, estamos en problemas. La Patriot Act de los EE.UU., emanado del Congreso el mes pasado, establece que cualquier acto potencialmente definible como peligroso para la vida humana, o responsable de un cambio forzado de las políticas de gobierno puede ser considerado como terrorismo interno. Según Micheal Ratner, del Centro para los derechos Constitucionales, no resulta forzado predecir que todo esto será usado contra todas las futuras protestas anti-globalización, o por lo menos, contra sus líderes. Esta ley transforma lo que en pasado era la desobediencia civil en terrorismo interno, volviendo mucho más serios los actos sobre los cuales antes regían determinados límites en las sentencias. Bajo esta ley, ciertas acciones, pueden ser definidas como actos terroristas, convirtiéndolos en plausibles de hasta veinte años de reclusión, aún por haber lanzado una piedra contra la ventana de un Starbucks [cadena de cafeterías norteamericanas]. Si se probara que rompiendo un vidrio, se hubiera podido causar daño a la vida humana, se podría iniciar una acción legal en virtud de este acto. Una parte también se refiere al bloqueo del tránsito, de modo tal que los manifestantes comprometidos en un bloqueo de tráfico o de la ocupación de vías ferroviarias, pueden ser arrestados como terroristas. Esto está dirigido explícitamente para reprimir acciones de *Reclaim the Streets* y *Critical Mass*. Esta ley interpreta como crimen lo que antes no era considerado como tal, y lo convierte en punible como terrorismo interno. Finalmente, hay una creciente reacción contra la idea del tribunal militar, pero la realidad se está precipitando, y la resistencia de hecho proviene tanto de fuerzas de derecha como de izquierda. Veremos qué es lo que sucederá en los próximos meses. Aquí en Europa no se sabe casi nada sobre el movimiento norteamericano por la paz. ¿Por qué? Quizás porque los medios europeos toman las informaciones de los despachos estadounidenses que reproducen lo que difunde la CNN. Claramente la CNN no reconoce al movimiento por la paz de ningún modo. En los EE.UU. y en Europa, las autoridades están presionando para realizar una vigilancia extensiva sobre sus ciudadanos. La única solución que nos queda es resistir. Esta cosa es muy costosa: mientras que la recesión se profundiza, y cada vez será más difícil para el gobierno imponerse a todo este nuevo equipamiento.

P: ¿Cómo hace el nuevo movimiento por la paz para enviar mensajes con relación a este tema?

R: Lo hace interviniendo en todos los frentes, con vigiliias, acciones, teatro, arte y noticias colocadas en los IMC. Yo misma no hago otra cosa que trabajar en un programa cotidiano de noticias con la periodista Amy Goodman. Durante dos horas por día, trabajamos en noticieros satelitales, televisión pública, radio e Internet.

La Publicación Abierta es como el Software Libre

Matthew Arnison (cat.org.au/maffew/cat/openpub.html)

Una definición operativa de Publicación Abierta

Publicación Abierta significa que el proceso de creación de las noticias es transparente con relación a los lectores. Los lectores pueden escribir un artículo y verlo aparecer instantáneamente en la serie de artículos públicamente disponibles. Los artículos publicados se filtran lo menos posible para ayudar a los lectores a encontrar los artículos que quieren. Los lectores pueden conocer las decisiones editoriales tomadas por otros. Pueden saber cómo participar y ayudar a tomar decisiones editoriales. Si piensan conocer un modelo mejor para el software que dan forma a las decisiones editoriales, pueden copiar el software, porque es libre, cambiarlo y dar vida a un sitio propio. Si los lectores quieren redistribuir las noticias, pueden hacerlo, preferiblemente sobre un sitio de publicación abierta.

La Publicación Abierta como Software Libre

La Publicación Abierta es lo mismo que el software libre. Ambas son respuestas revolucionarias y evolutivas respecto a la privatización de la información puesta en acto por los monopolios multinacionales. Para el software, es el caso de Microsoft. Para la publicación de noticias, la CNN. Para ambas, la Aol Time Warner.

El software libre difunde programas sin costo. Llamémosla "cerveza gratuita". Pero el software libre no es solamente esto. El software libre se entiende libre en el sentido de libertad de expresión (*free speech*), no solamente en el sentido de cerveza gratis (*free beer*). El código fuente, el proyecto genético, los mecanismos internos están abiertos y visibles para que otros puedan verlos (por esto el software libre también se llama software abierto). Por este motivo otras personas pueden obtenerlo, cambiarlo y pasar sus modificaciones a otros. El producto es libre, y el proceso de producción es libre y transparente. Si a alguien no le gusta, puede modificarlo. Lo único que no se puede cambiar es el hecho de que sea libre. Esto está garantizado por la licencia GNU, una subversión viral de las leyes del copyright que asegura la libertad de un trozo de código y de todas sus modificaciones.

Los medios son el fin. El viaje es el destino.

Se puede pensar que este proceso no lleve a nada de realmente creativo, altamente inspirador, desconcertante, enorme, complejo, simple, pequeño, confiable, o siquiera divertido. Pero se estaría subestimando drásticamente lo que los seres humanos pueden hacer por diversión. Porque todos esos adjetivos se pueden aplicar al software libre. A los *geeks* [programadores de software libre] [++] les encanta bromear sobre el próximo paso que debe cumplir el software libre para alcanzar el dominio del mundo. Microsoft no cree que este tipo de bromas sea muy divertida. Microsoft es una

[++] "Los geeks son definidos como individuos no comprometidos con la conformidad y el status quo, personas que buscan siempre la realización de nuevas metas en el campo tecnológico, que persiguen nuevas tareas técnicas principalmente y se concentran en ellas con imaginación y sin tener en cuenta la corriente dominante en la sociedad. La mayoría de geeks son adeptos a los ordenadores y tratan a los hackers con respeto buscando el bien de la comunidad en el conocimiento y el trabajo libre de presiones más que en el beneficio pecuniario impuesto por las organizaciones jerárquicas provenientes de la época industrial anterior. Ellos son los que están marcando la horizontalidad en las empresas. Las jerarquías en el trabajo se aminoran en los centros tecnológicos y el trabajador geek sólo rinde en esas organizaciones cuando el ambiente es propicio y es una continuación de su labor-hobby en casa. Son personas que se encuadran dentro de lo que se ha llamado los movimientos de neofilia, basados en la excitación que produce lo nuevo, lo tecnológicamente aún no experimentado y la complejidad de las tareas.

Junto a los geeks, la cultura hacker se ha impregnado de las posiciones de más responsabilidad en las organizaciones americanas y así gracias a autores y expertos en nuevas tecnologías que llegan en cierto modo a ser evangelistas y gurúes como Richard Stallman, Miguel de Icaza, Pekka Himanen y Linus Torvalds, o tecnólogos y visionarios como el CEO de Sun Microsystems Scott McNealy, la nueva cultura tecnológica pasa también a las organizaciones del campo de los medios de comunicación, que ven como comunidades informacionales gigantes aparecen en ámbitos concretos de las actividades tecnológicas unidas al desarrollo de software, de hardware, de la comunicación alternativa, etc. Verdaderos científicos y hackers tienen la convicción de que el compartir la información, elaborar software gratuito y ser parte de la nueva moral que desafía la ética protestante del trabajo, tal como la expuso Max Weber hace casi un siglo en su obra "La ética protestante y el espíritu del capitalismo", es la labor principal a realizar. El dinero deja de ser un valor en sí mismo y el beneficio se cifra en metas como el valor social y el libre acceso a la información, la transparencia y la franqueza. Es la democratización de la tecnología y el consumo de lo comunitario entendido en su más alto valor ético: la igualdad en el trabajo y el peso de la tarea comunitaria, representada por las teorías y prácticas de la comunidad GNU/Linux, tan exitosa en todo el mundo y de la que Richard Stallman (www.stallman.org) es su líder indiscutible". <http://www.ciberperiodismo.net/gorka/noticias/18/notiimpr>

de las más grandes corporaciones del mundo. Microsoft gasta millones de dólares para pagar a los programadores que mantienen su software cerrado y las especificaciones internas secretas. El software libre, en cambio, está escrito principalmente por voluntarios. El software libre anima Internet, mientras que Microsoft no. El número y la diversidad de las personas que usan software libre está aumentando. Microsoft, a menudo, responde a estas amenazas comprando a las personas y asimilándolas. El software libre, por el contrario, no puede ser comprado. El software libre no es avaro con su código genético. El software libre se difunde como un microbio benigno después de un salto evolutivo.

Microsoft piensa que las personas son estúpidas y usa grupos de expertos para determinar exactamente en qué cosas son estúpidas. Luego paga mucho dinero a un número restringido de personas para traducir -en términos de ingeniería- esa estupidez en software. A veces, esto funciona bien, porque a cualquiera le sucede ser estúpido en algo. Pero no se encuentra a gusto, en cambio, con aquellos que son inteligentes.

El software libre considera que las personas son inteligentes y creativas, y que están en grado de elegir si nadar en superficie o en las profundidades, hasta el fondo de los recursos tecnológicos. Sin embargo, también el programador más geek puede querer tener, a veces, los pies bien afirmados, y el novato principiante nadar lanzándose a las profundidades. Los programadores de software libre todavía logran comer, no obstante den libremente su código. El software es información. También las noticias son información. También los artículos de opinión lo son. ¿Quizás la información también quiere ser libre?

Bajo el sistema dominante, el sistema multinacional y global de la información, las noticias no son libres, las noticias no están abiertas. Están muy cuidadas. Son muy exclusivas y secretas. Para tener información se tiene que pagar, o con dinero o con tiempo -a menudo mirando publicidad (generalmente de automóviles)- o con ambos. Para crear noticias se tiene que pagar a costosos consultores de relaciones públicas. Para escribir noticias se tiene que obedecer a los valores de la información de las corporaciones, construir historias como en una cadena de montaje, para obtener el máximo impacto publicitario con el mínimo costo. Para publicar noticias se tiene que ser un servicio informativo del mercado de bolsa global o una empresa mediática multinacional. Para distribuir información se tiene que tener una de las seis torres de transmisión de tv en la ciudad de millones de habitantes.

Las corporaciones de los medios corporativos consideran que sus espectadores son estúpidos. A sus ojos, el potencial creativo total del público está representado por el festival del video casero más divertido. Las personas creativas no compran cosas de más, porque las hacen por sí mismos. Esto es un problema para las multinacionales mediáticas. No confían en el hecho de que los espectadores puedan ser creativos. Pueden dañar las ganancias, y los salarios de los dirigentes.

Y está bien que sea así. Ni siquiera el público confía en los medios masivos corporativos. Esta situación ha llevado a una creciente confusión y alienación de la sociedad. Estamos desconectados de nosotros mismos, y de nuestra ecología. Nuestro planeta funciona ahora -como nunca antes- como un ecosistema global, por la naturaleza global de la actividad humana, y sin embargo, los humanos no tienen ningún modo de comunicarse los unos con los otros. Los problemas del sistema pasan en otro plano, sin poder ser vistos o resueltos por millones de personas. Sólo las cuestiones que son importantes para vender espacios publicitarios o aceitar el mercado accionario, tienen un impacto relevante como noticias globales.

Lo que tenemos es un sistema muy complejo dentro del cual los humanos tienen un poder enorme, pero por el momento, ellos no disponen de una red de potencia similar de infraestructura de las comunicaciones para darle soporte. No disponemos de redes neurales para procesar la información. No es tanto una aldea global como cuanto un megáfono global.

En un cierto punto, Internet fue agregada a la serie de instrumentos de comunicación global. Si se puede leer en Internet, se puede también escribir. Si alguien más eligió contar una historia en Internet, se puede elegir escucharla. La información circula entre la red y los otros sistemas de comunicación: el teléfono, la tv, la radio y los periódicos, formando una red más balanceada de transferencia de la información. Esta es una aldea global donde se puede saltar fuera del embotellamiento del tráfico y tropezar con alguien en la autopista electrónica para charlar.

Internet hace posible la Publicación Abierta en escala local y global. Los ciudadanos finalmente tienen acceso al mismo tipo de comunicación de dos vías económica y potente, a la cual tuvieron acceso durante siglos los gobiernos coloniales y las multinacionales.

¿Qué es la publicación abierta?

Como el software libre, con la Publicación Abierta, las noticias se distribuyen sin costo. No hay instalaciones publicitarias que se comen tu tiempo y corrompen los contenidos. Pero esto no es lo más importante.

Los mecanismos del periodismo se hacen públicos. La Publicación Abierta considera que el lector es inteligente y creativo, y puede querer ser un escritor, o un redactor, o un distribuidor. La Publicación Abierta cree que el lector sabe distinguir una buena historia de una estupidez. Que está en grado de encontrar lo que está buscando, y que sabe ayudar a otros a seguir la misma búsqueda. Nosotros tenemos confianza en el público, y parece que el público lo restituye con confianza hacia nosotros. La Publicación Abierta está jugando en el extremo opuesto del espectro de confianza respecto a los medios corporativos. Estamos brindando un espacio en el cual las personas puedan decidir por sí mismas si esto es un buen modo de hacer las cosas.

El viaje es el destino.

La Publicación Abierta no es una novedad. Es la recreación electrónica del antiguo arte de contar historias. La Publicación Abierta es software libre. Es libertad de información, libertad de creación. La publicación abierta es llevada adelante principalmente por voluntarios. ¿Quién hará periodismo de investigación? ¿Cómo harán las personas para dar una perspectiva de los eventos del otro lado del océano? ¿Qué será lo que nos de un sentido de relacionamiento, de conexión y de identidad común? ¿Habrá alguien al que le pagarán por su trabajo? ¿Qué sucederá con las películas? ¿Y con los músicos? ¿Adónde terminarán los esfuerzos realizados por centenares de personas? Considero que a estas preguntas acerca de la Publicación Abierta ya las respondió el software libre. Y parcialmente Indymedia, y millares de otros sitios web de Publicación Abierta. La Publicación Abierta está simplemente tomando una tendencia existente y la está definiendo, amplificando, y aplicando estratégicamente en los puntos débiles de los monopolios globales del poder y de la información.

Las pirámides, que inspiran dominio, fueron construidas con el trabajo de los esclavos. La especie humana, desde entonces, ha evolucionado: podemos hacer cosas maravillosas sin necesidad de las brutales técnicas egipcias de explotación de los esclavos. Podemos hacerlo sin necesidad de construir nuevas pirámides.

Estamos en medio de una desaparición masiva de las especies vivientes. Tenemos que encontrar un modo para vivir en armonía con el ecosistema de este planeta, antes que el ecosistema tenga una reacción negativa y extinga miles de formas de vida. No lograremos encontrarlo sacrificando nuestras vidas al automóvil, comerciando nuestros derechos humanos con los zapatos, matando nuestros pueblos por las compañías de la droga, escondiendo nuestra creatividad a causa de las multinacionales. Podemos hacer mejor las cosas. Olvidemos las pirámides. Esquivemos la dominación del mundo. El software libre está conectando al planeta a través de cables. La Publicación Abierta simplemente puede ayudarnos a usar esos cables para salvar el planeta.

Indymedia, el problema de la credibilidad y las noticias sobre el conflicto en Palestina

Evan Henshaw-Plath (anarchogeek.protest.net, www.indymedia.org)

Reflexiones sobre el modo en el cual Indymedia cubrió el conflicto en Palestina y, en general, sobre como podemos construir una credibilidad "en red" para Indymedia. Una respuesta a un mensaje de correo electrónico en la lista de discusión *Strategies* [Estrategias], de la cual reproduzco algunas líneas: "Con Indymedia, una `fuerza´ internacional de pacifistas puede hacer imposible mantener la guerra a Sharon y a Hamas".

En 1999, durante la guerra en Kosovo, estábamos inundados de noticias, no se cuántas de ellas eran confiables. Provenientes de infiltrados en las listas de discusión, ya sea de la inteligencia estadounidense y de la OTAN, como de los servicios secretos serbios. Esto ya sucedía antes de Indymedia. Con o sin el problema de la infiltración, hoy Indymedia tiene que afrontar seriamente el problema de la credibilidad. Desde entonces hemos visto que el modelo publicación abierta utilizado por Indymedia está en grado de afrontar conflictos de particular intensidad y eventos de último momento. El hecho de que el Indymedia Center palestino (jerusalem.indymedia.org) sea el primero que cubra una guerra propiamente dicha, demuestra que la experiencia acumulada en ocasión de las grandes manifestaciones antiglobalización fue transferida en modo eficaz.

Pero Indymedia también tiene que afrontar hoy los grandes problemas relativos al sistema de *publicación abierta*. El *newswire* [sección contribuciones] de publicación abierta fue removido de la página inicial del sitio central (www.indymedia.org) y sustituido por un *newswire* de las noticias más importantes provenientes de los Indymedia Center locales. La idea es descentralizar la fuerza del sitio central a los colectivos locales, donde se desarrolla el verdadero trabajo de calidad de Indymedia.

El modelo actual de Indymedia es el de la publicación anónima. Esto significa que nosotros no construimos la credibilidad de nuestras noticias sobre el nombre de los usuarios que publican las noticias mismas. Muchos IMC tienen colectivos editoriales que remueven los mensajes racistas, homofóbicos, fascistas, la basura comercial o las noticias falsas. El problema es que la cantidad de noticias publicadas supera en mucho la capacidad operativa para esta selección. Además, respecto a lo que tendría que ser removido, las opiniones se diversifican. Hemos probado un modo muy simple de valoración de los artículos: quien lee un artículo tiene la posibilidad de escribir de uno a diez comentarios. Este modelo, sin embargo, no resolvió el problema de la credibilidad. Aún rindiendo el sistema de los comentarios más complejo, no creo que encontremos la solución que estamos buscando.

La credibilidad no reside en el artículo en sí, sino en su fuente. Este es el modo en que las grandes corporaciones de los medios construyen su credibilidad. Ellas ofrecen una visión "uniformada" sobre la cual fundan su credibilidad. Rindiendo anónimas a las informaciones de Indymedia, nosotros desplazamos la fuente de la credibilidad, alejándola del autor en dos direcciones: en primer lugar, la desviamos hacia Indymedia, es decir, al colectivo editorial que opera el trabajo de selección de las publicaciones. En segundo término, la credibilidad reside en las contribuciones que nos llegan, cuyo contenido y cuya forma tienen que ser juzgadas por los lectores.

Fueron propuestas algunas soluciones para aplicar modelos de credibilidad abiertos y democráticos al sistema de la *publicación abierta* usado por Indymedia. Las dos propuestas principales son: *Tres propuestas para la publicación abierta* de Dru (dru.ca/IMC/open_pub.html) y *Qué es la publicación abierta* de Matthew (www.cat.org.au/maffew/cat/openpub.html).

Por lo general nosotros estamos atentos a dos aspectos: antes que nada, a la arquitectura de los sitios de Indymedia, para presentar los artículos en el modo más útil y accesible. En segundo lugar, a cómo aumentar en su conjunto nuestra importancia y nuestra credibilidad. Este último punto es muy importante porque, dado que Indymedia afronta temas candentes y políticamente controvertidos, como la ocupación militar de Palestina, está constantemente sometida a la infiltración, ya sea en nuestros sitios web, como también en el media center. Por ejemplo, durante las protestas en ocasión del Forum Económico Mundial, en el escritorio de registro del Indymedia Center de Nueva York había un policía infiltrado. De las cosas que circulan en la red, muchas nos son enviadas con la intención de difundir desinformación.

Una solución podría ser adoptar un sistema de gestión de la credibilidad estilo Ebay (www.ebay.com). Es importante que Indymedia mantenga el modelo de la publicación anónima. La posibilidad de salir en modo anónimo o bajo seudónimo, si está respaldada por un sistema de credibilidad, creará un espacio mediático abierto y participativo con un modelo propio de confiabilidad. Al contrario de la prensa tradicional, que impone la credibilidad sirviéndose de un

modelo autoritario de editorial, nosotros intentamos convertir la red en confiable, y al hacerlo ponemos en acto las estrategias para combatir una guerra en red. Nuestros sistemas de información que cubren la guerra en las calles de Palestina tienen un efecto concreto en la guerra misma. Indymedia opera esencialmente como una organización en red: no hay una sede central, todos estamos conectados y coordinados. En el pasado, la autoridad derivaba del monopolio del poder, ya sea el poder privado del capital, como el de las armas. Hoy estamos construyendo una nueva forma de "poder", y no es una fantasía vana, sino la forma más eficaz que nos permitirá llevar adelante nuestra lucha colectiva.

El IDF, la Fuerza de Defensa Israelí, detiene a las ambulancias, mata civiles, bombardea los hospitales y continuará a hacer lo que quiera si nadie habla de ello. La CNN y los otros colosos de la información funcionan como instrumentos de propaganda funcionales a los intereses de la IDF. Con todo el potencial que tienen detrás, sus sitios web son solamente posteriores instrumentos del arsenal propagandístico. Indymedia y las listas de discusión de los activistas con funciones similares son instrumentos importantes solamente si están ligados al movimiento y a las luchas por el cambio. El control de los medios de comunicación no tiene efecto si no está en las manos de personas que tienen algo que decir. Indymedia y los otros proyectos que usan la red para proponer un modo diverso de hacer información tienen que afrontar la constante necesidad de ser creíbles.

El "New York Times" hoy es el bastión de la credibilidad, pero no obstante el fiel reflejo de los "hechos", sus artículos funcionan solamente como caja de resonancia de la perspectiva dominante. El periodismo "alternativo" quiere superar al "New York Times" usando la misma objetividad, pero sustituyéndola con otro paradigma de la visión del mundo. No creo que esto pueda funcionar, por dos motivos: en primer lugar, ellos tienen el dinero. En segundo lugar, nosotros no sostenemos una visión del mundo que se inserta cómodamente en una perspectiva modernista. A diferencia de los marxistas-leninistas que sostenían de tener "la" respuesta, hoy las respuestas son muchas, y todavía más son las preguntas. Para medios creíbles en este mundo en red, "postmoderno" si quieren, tenemos que redefinir completamente lo que entendemos por "credibilidad".

Indymedia Italia: Bolonia, Génova, Palestina

Teresa "Ze" Paoli, Indymedia Italia (italia.indymedia.org)

El nacimiento en Bolonia

INDEPENDENT MEDIA CENTER ITALIA

The italian media revolution!

OPEN NOW! <http://italy.indymedia.org>

Hoy, 12 de junio de 2000, a las 11.00 hs. fue activado el canal web de Indymedia Italia, el primer medio masivo independiente italiano vía Internet. Indymedia presenta su revolucionaria misión en el panorama de los medios italianos e invita a todos a participar en un apasionante asalto al cielo.

"Indymedia es una red de medios administrados colectivamente para lograr una narración radical, objetiva y apasionada de la verdad. Nos comprometemos con amor e inspiración hacia a las personas que trabajan para lograr un mundo mejor, a pesar de las distorsiones de los medios que rehuyen a relatar los esfuerzos de la humanidad libre (de la presencia norteamericana).

Indymedia representó una ruptura en el panorama de los medios norteamericanos, y ahora se prepara a hacer lo mismo también en Italia, el último nodo que se agrega a su red internacional. Nacido por exigencia de cobertura mediática de un evento que los medios amenazaban con deformar, las protestas de Seattle contra la OMC, Indymedia demostró que, gracias a Internet, es posible crear medios masivos desde abajo, autogestionados, no lucrativos e independientes de los medios institucionales y comerciales.

Nada fue como antes: desde ese momento, los grandes medios tuvieron que confrontarse con una voz que la opinión pública considera confiable, y esto los ha obligado a una mayor objetividad. La verdadera fuerza de Indymedia está marcada por la capacidad de influenciar a los grandes medios, por obligarlos a colaborar con la información desde abajo, de vigilar su conducta. Indymedia es la cuña que se metió en los engranajes de la gran industria de los medios y la obligó a reanudar su marcha de un modo nuevo.

En un país como Italia, donde los 7 telenoticieros nacionales son copias uno del otro, país en el cual la información está todavía feudalizada por las burocracias del régimen o por los grandes grupos económicos, Indymedia representa una ruptura revolucionaria. Indymedia es un telenoticiero cotidiano que se puede recibir a cualquier hora, por cualquiera que tenga una computadora conectada a Internet. En una época de colonización salvaje de la red y de los primeros experimentos de Web Tv por parte de los grandes monopolios de la comunicación, apuntando todos sobre el tiempo, Indymedia se presenta como la primera Web Tv italiana con un aparato redaccional organizado, motivado e independiente.

Indymedia debe su fuerza mediática a una plataforma web flexible y amigable, con una base de datos completamente automatizada, con potentes servidores para el streaming audio-video, y a un flujo de noticias siempre actualizado. La característica más importante es que los contenidos pueden ser actualizados y controlados por cualquiera que tenga una computadora conectada a Internet. Cualquiera puede cargar y editar grabaciones de audio y video, imágenes, artículos, noticias, comunicados. La redacción no es necesario que esté centralizada, puede constituirse allí donde sucede el evento y organizarse en red a través de mensajes de correo electrónico y canales IRC.

Indymedia Italia se desarrolla estratégicamente considerando la historia y el estado actual de los medios italianos, y quiere conquistar una visibilidad propia en el panorama televisivo, radiofónico, de la prensa, de la red. Indymedia Italia es una plataforma que sabe colocar dinámicamente sus propios formatos en la programación nacional y aspira a conquistar espacios autogestionados en los canales públicos, como ya sucede en algunas televisiones europeas.

Indymedia Italia busca redactores, periodistas, organizadores, técnicos, activistas, videomakers, fotógrafos y sobre todo diseñadores web, analistas de sistemas, linuxistas, hackers sensibles a los temas de la información libre y dispuestos a trabajar en Indymedia Italia. Indymedia Italia se dirige en particular a todas las experiencias italianas que ya han experimentado en estos años formas de información desde abajo, independientes, autogestionadas, con la esperanza de aprovechar lo mejor posible la riqueza de esta red. Comunicar la disponibilidad enviando el nombre, email, número de teléfono, y un breve curriculum a: italy@indymedia.org

Indymedia Italia inaugura su actividad continuando la semana de eventos del encuentro contra el OCSE, que se realiza en Bolonia del 12 al 15 de junio.

Join the media revolution! Join Indymedia Italia!

Este fue el mensaje de lanzamiento de Indymedia Italia que circuló por todas las listas de discusión del movimiento el 12 de junio de 2000. En Bolonia estaba en preparación el movimiento de protesta contra el encuentro del OCSE dedicado a las relaciones entre la pequeña y mediana empresa y el desarrollo global (www.contropiani2000.org). Por primera vez en Italia, se asoma a la protesta un nuevo modo de organizar la cobertura mediática del movimiento que revoluciona la tradicional y reaccionaria contrainformación. Un grupo de activistas provenientes de las más diversas realidades y conectados con la red norteamericana que dio vida a Indymedia Seattle, decide desarrollar Indymedia Italia, como ya habían hecho otros colectivos europeos. Son videomakers, fotógrafos, periodistas, hackers, analistas de sistemas, redactores. Proviene tanto de los centros sociales como de periódicos locales, del cine y de la televisión, así como de asociaciones. En forma contraria a la de una multinacional que decide difundir desde arriba sus clones por todo el mundo, la red de Indymedia nace desde abajo. Los primeros mediactivistas italianos están ligados a las experiencias de videoactivismo y telemática independiente: Isole nella Rete, Cybernet, PeaceLink, los primeros hacklab italianos, Candida Tv. El eslogan de Indymedia *Don't hate media be the media* [No odies a los medios, ¡conviértete en un medio!] está ya presente en algunas experiencias italianas como Tactical Media Crew que, en un sitio propio y desde 1995, definen a los medios tácticos como "lo que sucede cuando los medios de bajo costo y hágalo Ud. mismo, posibles por la revolución que hubo en la electrónica de consumo masivo, son utilizados por aquellos que están fuera de las normas jerárquicas del poder y del saber".

Los activistas que quieren construir Indymedia Italia se apoyan en el Net_institute (<http://net-i.zkm.de/root>), un proyecto de activismo de red que se encargará de la realización del sitio y tendrá un rol de coordinación inicial y de trámites técnicos entre Indymedia e Indymedia Italia. Matteo Pasquinelli, uno de los fundadores de Indymedia Italia, relata que sólo después de semanas de trabajo, de chateo y llamadas telefónicas en los profundos de la noche por culpa de los husos horarios, los técnicos y los voluntarios logran abrir el sitio italiano en un servidor de Colorado. El servidor está alojado en los Estados Unidos por dos razones: la primera es estrictamente técnica, y depende del hecho que en los EE.UU. existen ya las estructuras dedicadas, la segunda en cambio se relaciona con la libertad de expresión, principalmente garantizada en EE.UU. por el primer enmendamiento, y pilar de un proyecto fácilmente hostigable y perseguible por su rol en el movimiento global. Las infraestructuras de red y el servidor los ofrecen gratuitamente algunos proveedores norteamericanos entre los cuales está Freespeech.org, proyecto heredero del Free Speech Movement [movimiento por la libertad de expresión] de los años 60. El primer Media Center, usado por Indymedia en Bolonia, es una pequeña biblioteca con conexión a Internet, punto de recolección y redistribución en digital de los videos filmados y punto de coordinación y actualización informativa.

El nacimiento de Indymedia Italia está caracterizado también por el uso de lenguajes y estrategias de "guerrilla comunicativa" que se consideraban íntimamente ligadas a la concepción de "medios tácticos" y a un discurso crítico acerca del espectáculo de la información, pero que luego fueron abonadas por el colectivo de mediactivistas. En ocasión de la marcha por las calles, conmemorando los desórdenes de Seattle, se piensa lanzar en modo lúdico y provocativo la cuestión de la violencia de la policía sobre los manifestantes, y de explicar a los medios masivos cómo sería cambiado, desde ese momento en adelante, la relación entre información y movimiento. A las 2 de la mañana del 14 de junio se concibió un "mantra" para las fuerzas del orden que fue inmediatamente publicado y difundido vía e-mail hasta el punto que fue tomado por las transmisiones de la misma mañana, comenzando por Golem de Gianluca Nicoletti en RadioRai.

El mantra de Indymedia: "ESTOY BAJO CONSTANTE CONTROL VIDEO"

Este es el mantra que las fuerzas del orden en Bolonia en la cumbre OCSE tienen que repetir. Que se acuerden que están bajo el control de video de alrededor de 40 videoperadores independientes. Algunas webcam fueron colocadas en las ventanas de los edificios. Cada operador, a su vez, es filmado y bajo control de otro operador a distancia. Indymedia invita a todos a publicar sus materiales lo más rápido posible en el sitio. Hacer información y filmar es un derecho de todos. Ningún artículo de ninguna ley puede impedirlo. Pero Bolonia fue solamente el punto de partida de esta experiencia italiana. De experimento mediático se vuelve comunidad abierta, con decenas de personas que deciden inscribirse en las listas de

discusión de la redacción y contribuir voluntariamente al desarrollo de este nuevo medio desde abajo.

Indymedia Italia hacia Génova G8

En el primer encuentro europeo de Indymedia en Bruselas, los mediactivistas se saludan con "nos vemos en Génova". Es junio de 2001 y falta poco más de un mes y medio para el encuentro del G8 en la ciudad italiana. Génova es seguramente el evento más importante después de Seattle para el movimiento. Para Indymedia Italia el evento es de capital importancia porque su sitio representa el punto de conexión entre Italia y el mundo. Siendo parte de una red global tiene la obligación de hacer de pantalla para los otros nodos, como los otros nodos saben que tendrán que conectarse con Indymedia Italia para actualizar sus propios sitios. Desde Nueva York a Chiapas, desde Amsterdam a Israel los operadores de la información de movimiento saben que pueden contar con el trabajo de los italianos y de los extranjeros que se encontrarán físicamente en Génova para tener una idea de lo que sucede.

Desde meses antes del G8, en la lista de discusión general se discute el quehacer. La mayor parte de las discusiones vierten sobre problemas prácticos, la organización de un media center, la sede, los equipamientos, la disponibilidad de las personas. Los activistas se citan en los chat para resolver las discusiones que luego se reproducen en la lista general. El 15 de junio ya está todo listo, el listado de los equipamientos disponibles es definitivo, y los técnicos voluntarios que anticiparán a los otros para cablear la sede ya están listos. A disposición de todos, desde el sitio, se accede a los mapas de Génova, las indicaciones logísticas y el vademécum legal para mediactivistas: cómo comportarse de frente a las fuerzas del orden, cuáles derechos se tienen o cuáles no, qué es posible grabar con su propia telecámara y los riesgos en los cuales se incurre, cómo defenderse de los gases lacrimógenos y poner a salvo las filmaciones.

Desde el exterior, Indymedia Global, taiwaneses, norteamericanos, suizos, australianos, se preparan a alcanzar Indymedia Italia, quizás la "parte" del movimiento más ligada a la dimensión internacional y menos vinculadas por la pertenencia de grupo. No es casualidad que Génova Indymedia fuera el ámbito en el cual los internacionales que llegaron a Génova para participar en las manifestaciones y contarlas a sus países, se relacionaron en manera más integrada con los italianos. En los días de la contracumbre se concentraron sobre todo en el trabajo de traducción, formando equipos de traducción de textos propiamente dichos que luego serían difundidos globalmente en red. Partieron con menos contactos y puntos de apoyo, y casi todos duermen en el Media Center y en la escuela que está enfrente, la Pertini-Díaz.

El Media Center en la escuela Díaz

En Génova, Indymedia se aloja en el último piso de la escuela Pascoli, la sede asignada al Genoa Social Forum, y es también oficina de prensa ya sea para los medios oficiales como para los del movimiento. Los primeros que llegan desarrollan la fatigosa y difícil labor de puesta en red de computadoras, teléfonos, centrales de montaje de video, todos son medios técnicos puestos a disposición por voluntarios particulares. En dos días, los activistas de Indymedia y de los Hacklab italianos, montan, cablean, rinden operativa e interconectada toda la escuela, creando una red interna de 100 megabites, con 2 mega dirigidos hacia el exterior. De este modo, todas las computadoras del Genoa Social Forum pueden comunicarse entre ellas y coordinarse a través de las terminales. Una info-line está predispuesta para permitir a quienquiera que tenga un teléfono consigo poder llamar en cualquier momento a la sede, para dar, confirmar y pedir las últimas noticias. Hay 500 mediactivistas acreditados de la red de Indymedia. Un grupo fijo de personas decide quedarse en la sede todo el día para resolver problemas técnicos, responder a los pedidos de información, actualizar el sitio con las últimas noticias, fotos, video, y recoger y coordinar a los recién llegados. Mientras tanto, rondando por la ciudad, por lo menos 250 entre fotógrafos y videomakers, se preparan para captar cada instante, a inmortalizar cada movimiento. A menudo los operadores llevan las propias filmaciones a la sede, donde los operadores de montaje se ocupan de poner en red los breves clip de video, con el resultado que cualquiera desde todo el mundo conectado a Internet puede ver casi en tiempo real píldoras de la manifestación genovesa y de sus protagonistas. Los mediactivistas deciden organizarse en equipos para afrontar los momentos candentes, durante las marchas masivas y las acciones programadas para el jueves 19, viernes 20 y sábado 21 de julio. Los equipos están compuestos por un operador, un abogado y un médico del Genoa Social Forum.

Un breve excursus sobre los hechos de Génova

Los manifestantes que llegaron a Génova a mitad de julio de 2001, encontraron una ciudad blindada desde hacía meses, aunque solamente el miércoles 18 de julio fueron alzadas definitivamente las vallas que cierran la "zona roja", la zona central donde se encontrarían las delegaciones del G8. El lunes 16 de julio, inicia la contracumbre del Genoa Social Forum, con ocho horas por día de intervenciones de representantes de todo el mundo y de todas las asociaciones involucradas, líderes sindicales, ciudadanos particulares. Desde el primer día, los foros están repletos. Noticias de alarmas de bomba en toda Italia, de matriz incierta, ocupan las primeras páginas de todos los periódicos. El 19 de julio es el primer día de grandes manifestaciones, con 50.000 migrantes en la plaza, sin incidentes importantes. El 20 de julio es el día dedicado a las acciones directas no violentas con el propósito de "alterar" la zona roja. Otras 50.000 personas participan en estas iniciativas. Cada grupo del Social Forum tiene su plaza: están los liliputienses [de la red Lilliput <http://www.iworks.it/lilliput/genova/index.html>] y los ambientalistas con las plazas temáticas; y los grupos de afinidad, el bloque "rosa plateado" y su *frivolidad táctica* que quiere "danzar sobre el G8", Attac, el bloque de los desobedientes, el bloque de COBAS [comités de base] y la red por los derechos globales. Al final, están los overoles negros, que no pertenecen ni al Genoa Social Forum ni a ningún otro movimiento. El Black Bloc es más bien un grupo de personas que actúan con la misma estrategia de guerrilla, atacando materialmente los símbolos del capitalismo. Los desórdenes comienzan casi inmediatamente en Piazza da Novi, la plaza temática de los Cobas ocupada imprevisiblemente por los overoles negros o presuntamente tales. Son alrededor de las 11 de la mañana. Desde ese momento en adelante se suceden los choques y la guerrilla urbana, con luchas violentísimas y una represión indiscriminada por parte de las fuerzas del orden hacia todos los manifestantes. Saltan los esquemas para todos, y todos se deben confrontar con el caos. A las 18.17 hs, una camioneta de los carabinieri involucrada en uno de estos conflictos, queda bloqueada en Plaza Alimonda. Carlo Giuliani, veinteañero de Génova, es asesinado por un tiro de pistola proveniente de la camioneta, y arrollado por la jeep que huye. El 21 de julio es el día de la manifestación internacional: 200.000 personas forman una única columna desde Sturla a la plaza Rossetti, pero el guión se repite. Ninguno sabe bien qué pasa pero en el centro de convergencia del Social Forum de la plazoleta King, inicia otra jornada de choques y represión. La marcha se divide en dos. A las 00.10 hs. Entre el 21 y 22 de julio, cuando ya habían finalizado todos los conflictos y todos se preparaban para reposar o volver a casa, las fuerzas del orden hicieron una redada en el Media Center del GSF (donde se encontraban también el Indymedia Center y la sede de la asistencia legal), y a la escuela que está enfrente, la escuela Pertini-Díaz, donde están durmiendo un centenar de manifestantes, acusados de pertenecer al Black Bloc. La operación se concluye con 61 muchachos y muchachas heridos y 93 detenciones, 68 de las cuales no fueron convalidadas por los jueces porque fueron ilegítimas. Las modalidades irregulares de la redada y las violencias soportadas por los manifestantes, casi todos arrestados y dejados en libertad, están todavía bajo investigación.

El asalto a la Díaz y al Indymedia Center

Domingo 22 de julio, un mensaje de correo electrónico de strano.net traducido en cuatro idiomas y con un título inquietante comienza a circular en las listas de discusión del movimiento. "¿Italia hacia una dictadura? ¡Derecho a la comunicación negado!".

El mail se refiere obviamente al asalto de las fuerzas del orden al Media Center del Genoa Social Forum, la noche del sábado 22 de julio, mientras que del otro lado de la calle, las fuerzas del orden entraban en la escuela Pertini Díaz. El mail proseguía con esta invitación: "Aunque los medios oficiales están emitiendo las imágenes de lo que sucedió, de todos modos invitamos a tomar en consideración las siguientes fuentes de información independiente para confrontar todo lo que estamos por comunicar: italy.indymedia.org, www.radiogap.net, www.ecn.org/g8, www.tmcrew.org, www.carta.org, www.genoa-g8.org, www.decoder.it"

Radiogap de Génova había dejado de funcionar después de la irrupción de la policía mientras las últimas palabras en directo desde Génova gritaban "es como en Chile, es como en Chile... calma... sentados y con las manos alzadas... resistencia pasiva...". Los últimos cinco minutos de la transmisión de Radio Gap antes de la redada circularon por el mundo, creando un verdadero caso mediático, difundido por los medios alternativos de movimiento pero también retomados por portales comerciales.

Las consecuencias materiales de la redada en el Media Center (a diferencia de la redada a la escuela/dormitorio de enfrente), no son importantes: desde las oficinas del IMC fueron confiscados algunos cassettes, pero el único secuestro grave y consistente es el del hard disk de la computadora de los legales del Social Forum, un material que hubiera servido para documentar los abusos de la policía en los días precedentes. Uno de los abogados asegura: "La redada de la policía es contraria a un estado basado en el derecho y desencadena un clima de horror". Pero la redada a la escuela de coordinación del GSF, impacta en la opinión pública internacional, no tanto por las pérdidas materiales, como por el golpe dado a la misma libertad de opinión y de prensa. Nunca como en este momento, el Media Center asumió un valor tan simbólico: la libertad de expresión negada. Se repropone continuamente el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: "Todos tienen derecho a la libertad de opinión y expresión", un derecho que "incluye la libertad de tener opiniones sin interferencias, y de buscar, recibir y dar información e ideas a través de cada tipo de medio sin límites de frontera".

Durante toda la jornada del domingo, las páginas de Indymedia Italia, con la gran libertad de publicación por parte de todos, se convirtieron en una larga colección de testimonios. El diario de los atropellos sufridos. El boletín IMC contiene relatos de repetidas golpizas por parte de la policía sobre los activistas de Génova, tanto en las calles como en las prisiones. Algunos relatos señalan que muchos de los manifestantes heridos tienen miedo de ir al hospital para curarse, porque la policía se llevó desde allí algunos internados con heridas sospechosas y los llevó a la cárcel. Relatos de testigos oculares de la redada se difunden también por los otros Indymedia del mundo, en San Francisco, Los Ángeles, en las transmisiones radiofónicas de Indymedia y en la prensa. De las palabras de una activista de Indymedia: "una acción violenta inaudita e injustificada, y en lo relativo al Media Center, un gravísimo atentado a la libertad de opinión y de prensa. Ya durante los días precedentes habíamos sufrido más de un secuestro, o por lo menos el intento de hacernos testimoniar lo menos posible. Todo esto hace pensar que con nuestra acción provocamos mucho fastidio y creo que sea la mejor respuesta respecto a lo bueno de nuestro trabajo". El domingo 22 se preparó un comunicado de prensa en el cual se denuncian los hechos y los daños sufridos.

Actualización n°1

La cantidad de material filmado por los videomakers en la semana de Génova es enorme, pero también es enorme el material filmado que queda en Indymedia. A finales de agosto de 2001, el sitio Internet de Indymedia pone a disposición la primera producción hecha con ese material: *Aggiornamento #1* [Actualización n°1]. El video se distribuye capilarmente desde nodos en toda Italia y también por activistas particulares, llegando a difundir al menos 3.000 copias con la exclusiva distribución mano a mano y por recomendación. Algo que nunca había pasado, y es posible solamente gracias a la naturaleza reticular de la red y a la motivación de los voluntarios. Cualquiera puede además, pedir el videocassette desde la página de producciones de video accesible desde la página principal de Indymedia Italia. *Aggiornamento #1*, como precisa Indymedia, no es un documental, es más bien un acto de acusación y de denuncia, sobre algunos hechos muy precisos que sucedieron en Génova, y que salió a las pocas semanas del fin del G8, cuando todavía no habían emergido con claridad todas las atrocidades y los errores cometidos por las fuerzas del orden en esos días. Es una película de poco menos de media hora, el primer video de movimiento con una extensión importante, que se puede descargar directamente desde Internet. *Aggiornamento #1* es la conjunción de 5 clip sobre cinco hechos que sucedieron en los días del G8. Episodios destacados que, poniéndose junto a las imágenes y testimonios recogidos, intentan reconstruir el clima que se respiraba en las calles genovesas.

El video no es solamente una producción colectiva de uno de los nodos locales (Italia en este caso) de la red global. Como proyecto en su conjunto, resulta una pequeña revolución a nivel formal, respecto a dos particularidades: en primer lugar es un trabajo colectivo, nacido por la contribución de centenares de operadores que brindaron sus propias películas a Indymedia y por decenas de voluntarios que luego los montaron. Un trabajo en el cual todos renunciaron a la propiedad intelectual a favor de un único autor "Indymedia Italia". Además representa la aplicación práctica de la filosofía no-copyright, entendida como la libre circulación de los saberes y de la información más allá del intercambio comercial. Cualquiera puede descargar desde la red un video de calidad un poco inferior a la de las videocassettes VHS. Las únicas dos condiciones que pone Indymedia por el momento son: que el material no sea utilizado con fines comerciales, y que la fuente siempre sea citada. Mientras tanto, una forma de licencia que responda a las exigencias políticas de mantener el más alto grado de libertad en la circulación del material firmado por Indymedia, y que

contemporáneamente lo tutele, está en fase de elaboración.

Indymedia vs. los otros medios

"Aún entre el humo, aún entre los lacrimógenos, aún cuando pensaban estarlo, NUNCA estuvieron solos. En Australia, en plena noche (2-5), casi un millón de personas pedían por ustedes, no por los black bloc. Ciento veinticinco millones de personas en todo el mundo en aquellas horas pedían por ustedes. ¿Está más claro lo que es este movimiento?, ¿qué tipo de difusión tiene? "

Hay quien dijo, a propósito de la irrupción en la sede del Genoa Social Forum, que *primero* se destruyeron las computadoras y *luego* fueron golpeados, ordenada y brutalmente, personas inermes. Esto no es exactamente así, las dos acciones se sucedieron casi en contemporánea, pero la redada al Media Center y a algunas máquinas, asumen los trazos de una imperdonable violación. Las máquinas, las computadoras fueron violadas, y con ellas fueron violadas las "armas" de los mediactivistas, sus equipos de defensas, las computadoras contra los bastones. Como recita un eslogan de Indy, "el pc es tu sede, tu cabeza es tu redacción". La información independiente, a través de los nuevos medios, brindó a las jornadas de Génova una amplia cobertura: fueron 940.000 las páginas vistas en el mes de julio de 2001 solamente sobre Indymedia, y 100.000 las páginas contactadas cada día de la semana de la contracumbre, desde el 16 al 22 de julio. Es verdad que más allá de las connotaciones políticas, los medios del movimiento sacudieron toda la estructura mediática. Toda Génova fue un experimento de autogestión de la información que cubría no solamente la Red, donde confluían con tempestividad tanto audio, como video e imágenes que luego darían la vuelta al mundo en los medios, sino también lo "real", cuando esta información "diferente" se difundía en las radios del movimiento y en las plazas de las ciudades italianas. El grado de complejidad tecnológica de la estructura informativa puesta en práctica por los voluntarios habría hecho palidecer a cualquier redacción del mundo: intervenciones en vivo, red de computadoras y sitios web preparados en poquísimos tiempo, interfaces tecnológicas económicas, telecámaras digitales, streaming mp3, software open source, y una grandísima velocidad de actualización.

Esta experimentación se convirtió, en el medio de la redada al Media Center, un problema de orden público. La redada misma se convirtió en caso mediático, remarcando una vez más, lo eficaz que es el aparato de medios autogestionados levantados en esos días. Estoy hablando de la cantidad de documentos audio y video provenientes del trabajo de cobertura informativa de Indymedia, de RadioGap, y del Genoa Social Forum, que fueron pasados en los telenoticieros nacionales. Y estoy hablando del caso emblemático de la entrada de las fuerzas del orden en la escuela Díaz, tomado exclusivamente por los operadores de Indymedia que se encontraban en las ventanas de la escuela de enfrente: en la noche entre el 21 y 22 de julio, un video operador de Indymedia logra tomar la entrada de las fuerzas del orden en la escuela Díaz. El 6 de agosto, el video que circula en Internet desde hace pocos días, accesible desde el sitio de Indymedia, es "descubierto" también por los profesionales de la comunicación que remarcan lo denunciado: las imágenes brindan claridad sobre las confusas investigaciones sobre las irregularidades de la redada, y son prueba de que el cuerpo de Roma fue el primero en entrar a la Díaz, mientras que su dirigente había admitido haber entrado después de otros núcleos de policías no identificados.

La noticia es verdaderamente importante en el clima de confusión y de descontento post-Díaz, y sobre todo, pone de relieve hechos que no estaban aclarados. El Corriere della Sera "descarga" directamente el video desde Internet, y no hay ninguna ley que se lo prohíba. Es un medio de prensa gráfica, y no tiene necesidad de retransmitir las imágenes para exaltar la noticia, pero publica algunas "capturas de imágenes" en el periódico, no solamente evitando citar la fuente, sino cubriendo el logo de Indymedia con el logo RCS, asumiéndose de este modo la paternidad de las imágenes. El Tg5, Tg.com, Studio Aperto y La7, bajo forma de RealVideo de baja calidad, transmiten en cambio, parte del video en los telenoticieros. En particular, es el Tg5 el que utiliza las imágenes tomadas del sitio de Indymedia Italia transmitiéndolas en horario central y omitiendo la fuente (pero haciendo referencia genérica a un sitio Anti-G8). Indymedia, efectivamente, tiene una política bien precisa: todas las imágenes son no-copyright, y cualquiera puede utilizarlas, citando la fuente y con objetivo no comercial. Un abogado mediactivista está encargado, por lo tanto, de pedir el pago de los derechos por la transmisión. El Tg5 responde con una carta en la cual se siente con pleno derecho a utilizar gratuitamente esas imágenes. Desde un punto de vista del derecho patrimonial de autor, la política "no copyright" de Indymedia no comprende el objetivo de lucro, objetivo que tienen un director y un telenoticiero que venden a precios costosos los espacios publicitarios antes, durante y después de su transmisión, y que siempre a precios costosos compra a agencias y freelances tanto

películas como fotografías. A diferencia del Tg5, el grupo editorial RCS del Corriere della Sera, ni siquiera respondió a dos cartas de reclamo. En ambos casos, será los Tribunales a decidir la entidad de las violaciones y del resarcimiento si Indymedia decide llevar adelante una causa.

Con los hechos de Génova, no obstante, los medios oficiales fueron obligados a tomar nota de que existen fuerzas independientes y autónomas que compiten con su trabajo. Desde hace un tiempo, el flujo informativo dio un giro y se escabulle de los controles: si antes llegaba sobre la web copiado por editoriales profesionales detrás de los propios sitios periodísticos, en Génova y no obstante cada vez más a menudo, recorre el camino opuesto, alcanzando periódicos y tv desde Internet. Con todas las complicaciones del caso, Indymedia, como muchas otras redes de medios independientes, no son solamente medios de movimiento. Son rivales.

Indymedia y Palestina

A finales de marzo de 2002, Indymedia Italia e Indymedia Israel [israel.indymedia.org] estaban trabajando conjuntamente para rendir autónoma a Indymedia Palestina [jerusalem.indymedia.org] mientras el ejército israelí retomaba violentamente la ocupación de los territorios. Los activistas palestinos tenían mucha necesidad de un sitio propio en lengua árabe e inglesa que documentara en modo independiente la situación en sus territorios, como también necesitaban soporte técnico y material para otros proyectos. Y los internacionales de Indymedia los contactaron para brindar su propia ayuda. Indymedia Italia, junto a Radiogap.net estaba trabajando también en la constitución de una radio autogestionada en el campo de refugiados de Deheishe, que está a 2 kilómetros de Belén, cuando la ocupación ordenada por Sharon, obligó a todos a interrumpir lo que se estaba haciendo. Indymedia Italia se encontró improvisamente con la función de tener que documentar una situación de guerra en circunstancias de emergencia, y tener que responder a los pedidos de información que provenían también de los medios oficiales (italy.indymedia.org/palestina). Día y noche, en conexión continuada con los colaboradores que se encontraban en Italia, a través de canales chat, mail y celulares, los indymedianos en Palestina lograron a brindar 15 días de continuada información, con actualizaciones en tiempo real y noticias de primera mano desde los territorios ocupados. Un esfuerzo extremo por parte de los voluntarios y un servicio excepcional que conquistó la atención de los medios mundiales, pero que sobre todo, reforzó la importancia de la presencia de los media center locales y autónomos sobre el territorio. Indymedia Italia volvió con posterioridad a Palestina para sostener nuevos Media Center en Belén, Jenin y Gaza, y para desarrollar proyectos de cooperación y ayuda continuativa, como el ejemplo bellissimo de formación intercultural de los niños de Gaza, con la idea de enseñarles a filmar, para que sean ellos mismos a llevar las telecámaras por sus comunidades, contando las historias a través de sus propios ojos, y dando a la información un uso funcional a sus necesidades. Indymedia Italia continúa buscando fondos, máquinas, computadoras portátiles, telecámaras, para sostener estos proyectos.

Vademécum legal para mediactivistas

Federico Micali, abogado

Este vademécum fue publicado en las páginas de Internet de Indymedia en los días que precedieron a las manifestaciones de Génova contra el G8, y luego fue difundido en forma de folleto en el Media Center de la escuela Díaz de Génova. Su redacción tenía en cuenta las posibles situaciones en las que el mediactivista se podría encontrar para poder afrontarlas obteniendo una eficaz tutela de los propios derechos. En realidad los hechos demostraron cómo las sistemáticas y pesadas violaciones por parte de las fuerzas del orden, hayan vuelto totalmente superfluo adoptar ciertas formalidades, como pedir el acta de secuestro o mostrar un documento de identidad válido para evitar la detención de la policía. El mediactivismo se confirma extremadamente incómodo para quien quiere imponer su propia verdad, y los mismos allanamientos en el año 2002 a las que fueron artificialmente definidas como las "sedes de Indymedia" en Italia, son una confirmación directa. Por lo tanto, todavía es válido lo que se especificó en la introducción al vademécum en lo relativo al conocimiento de los propios derechos, que se demostró totalmente útil para limitar los daños sufridos o para pedir justicia en consecuencia. Queda en el tintero la asunción de todas las estrategias de tipo práctico (como la custodia de las imágenes en lugares seguros diferentes de las propias viviendas, la copia del material y la edición del mismo) que se presentan como importantes instrumentos de autodefensa personal.

Este vademécum quiere brindar una visión de conjunto de los derechos de los mediactivistas durante las manifestaciones callejeras, en particular modo para quien opera en las "zonas candentes". Las áreas del derecho consideradas son múltiples, y van desde aspectos constitucionales (libertad de manifestación de la propia opinión) hasta detalles del orden penal.

Lamentablemente los hechos nos enseñan cómo, especialmente en ocasiones de manifestaciones públicas, tales derechos se interpretan sobre la base de una aseveración un tanto general de tutela del orden público: tuvimos, por lo tanto, que incorporar también consideraciones que podrían ser útiles a los que se encuentren en situaciones desagradables dirigidas a comprometer el derecho de crónica por ellos representados, o inclusive, la libertad personal. Esto no siempre servirá para obtener el respeto de los propios derechos, pero el conocimiento y la conciencia de los mismos puede ser a menudo la mejor arma, además de dar la posibilidad de obtener, como consecuencia, justicia por cuanto sucedió.

Una introducción esquemática

El derecho de crónica es y resta uno de los puntos cardinales fundamentales de nuestro ordenamiento, y no admite -en líneas generales- máximas restricciones (en el estado actual ninguna ordenanza departamental prohíbe las tomas en las zonas amarilla y roja); no es por lo tanto, necesario solicitar permisos particulares, que se relacionan eventualmente con el derecho de acceso a determinadas áreas más que con el derecho de efectuar las grabaciones. Del mismo modo, no hay límites predeterminados respecto a los objetos de las tomas, que por lo tanto pueden ser utilizadas para convertir en público lo que suceda y, eventualmente, también para funcionar como prueba donde se proceda judicialmente.

El carnet de periodista no garantiza mayores derechos a quien lo posee; puede ser eventualmente útil para demostrar la intención laboral más que cualquier otra, pero difícilmente será tenida en consideración.

Es extremadamente difícil oponerse al secuestro de la cinta o de la película, precisamente porque puede contener imágenes que demuestren los hechos de delito, y como tales, utilizables sucesivamente por los fiscales: el secuestro no obstante tiene que estar motivado, y el interesado puede oponerse con posterioridad y pedir una copia del material (pero los tiempos no son breves).

No parece justificable, en cambio, el secuestro de la telecámara o de la máquina fotográfica porque no encarnan un delito por sí mismas.

En cualquier caso, es útil interpelar al secuestrador por la validez del secuestro, requerir los motivos que no pueden ser diversos de los expuestos, y en caso contrario, protestar, aún con la hipótesis de un abuso de autoridad por parte del fiscal (art. 323 del código penal). Así como también es útil no estar solos, de modo de poder dar testimonio (y esta circunstancia puede ser señalada), así como tomar los datos del secuestrador. Para una mayor garantía de recuperar el material secuestrado, será oportuno marcar de modo indeleble las cintas y las telecámaras.

Durante las manifestaciones es necesario estar reconocibles (por lo tanto, a cara descubierta) e identificables mediante un documento de identidad válido y en buen estado.

En el caso en el cual un agente de policía quiera identificar un manifestante, ellos pueden insistir para que la identificación sea realizada en el lugar y mediante la presentación de un documento de identidad; el traslado a la central, de hecho, tendría que suceder solamente para los arrestos o detenciones en caso de cometer delitos. Es necesario, sin embargo, recordar que también es delito solamente estar presentes en las zonas en las cuales el ingreso está inhabilitado por ordenanza.

En el caso de arresto o detención, lamentablemente no hay mucho que hacer, sino nombrar un abogado de confianza, el cual a su vez, sólo podrá asistirlos para el interrogatorio delante de la fiscalía. En los casos menos graves, no obstante, es probable que sean liberados después de haber completado un acta en la cual están expuestos los motivos, salvo que después sean investigados con relación al delito de la acusación.

El Vademécum

1. La libertad de manifestación de la propia opinión

Todos tienen el derecho de manifestar libremente su propia opinión con la palabra, por escrito y con cualquier medio de difusión. (Constitución de la República, art. 21, punto 1)

Cada persona tiene el derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar las informaciones y las ideas, sin ingerencias por parte de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. (Convención Europea de los Derechos del Hombre, art. 10)

Los únicos límites para la libertad de manifestación de la propia opinión, pueden ser relevados solamente dentro de la misma Constitución, en cuanto esta libertad se ponga en contraste con otros intereses igualmente relevantes y tutelados. El contraste más común es el que a menudo contrapone entre el derecho de crónica y algunos derechos de las personas, como el honor, la imagen y la privacidad (los límites con los que se encuentra un periodista frente a las posibles violaciones de la reputación de un sujeto).

En este sentido, la Corte Constitucional intervino tutelando el derecho de crónica, considerado prevaleciente aún en el caso de un contenido injurioso o difamatorio, en presencia sin embargo de algunos requisitos, como la verdad de la noticia (o la verdad putativa relacionada con la confiabilidad de la fuente), su utilidad social, y la forma civil de la exposición de los hechos y de su valoración.

2. Derecho a la imagen

Particularmente importante es, en cambio y para aquello que se relaciona con las tomas de video, la relación entre el derecho de crónica y el derecho de imagen del sujeto filmado o fotografiado. Aún en este caso, el derecho a la imagen cede delante del derecho de crónica, cuando la toma de la imagen está justificada por la notoriedad o por la fiscalía, cubierto por necesidad de justicia o policía, por objetivos científicos, didácticos y culturales, o cuando la reproducción está ligada a hechos, eventos, ceremonias de interés público o desarrollados en público (art. 97 ley del derecho de autor n° 633 del 22/4/1941). En todos estos casos, efectivamente, no es necesario el consenso de la persona involucrada. No podrá, por lo tanto, cualquiera sea el caso, hacer referencia al derecho de imagen para impedir u obstaculizar la toma o la fotografía de eventos desarrollados en público.

3. Leyes de seguridad pública y reunión en lugar público

El artículo 17 de la Constitución garantiza el derecho de los ciudadanos a reunirse pacíficamente y sin armas, sin embargo, para las reuniones en lugares públicos es necesario avisar a las autoridades, que pueden prohibirlo solamente por comprobados motivos de seguridad o de incolumidad pública.

En el caso del G8 de Génova, opera de hecho una prohibición de manifestar y de reunión en las zonas amarilla y roja, justificado precisamente por motivos de seguridad e incolumidad pública.

Por lo que respecta a las normas que tutelan la conservación del orden público, todavía operan las viejas normas del Texto Único de las Leyes de Seguridad Pública -comúnmente llamado TULPS o también solamente Texto Único- n° 773 del 18/6/1931 (pleno régimen fascista).

El artículo n° 1 delega a la autoridad de seguridad pública, ya sea provincial o local, la conservación del orden público. En ocasión del G8, vista la excepcionalidad y la grave necesidad pública de la circunstancia, será probablemente el jefe de la departamental, que encarna la autoridad provincial de seguridad pública, o el jefe de la seccional bajo autorización del jefe de la departamental, el que asume temporáneamente la dirección de los servicios de seguridad pública (quedando suspendida la

competencia de la autoridad local de seguridad pública – jefe de la oficina de seguridad pública del lugar, como jefe de la seccional en la capital de la provincia y funcionarios asignados al comisaría de policía, o a falta de los mismos, el intendente).

El jefe de la departamental, en caso de urgencia o por grave necesidad pública, puede tener la facultad de adoptar (generalmente por ordenanza) los procedimientos indispensables para la tutela del orden y la seguridad pública, procedimiento que, para asumir eficacia universal en el ámbito territorial de la circunscripción administrativa, tienen necesidad de ser publicados, a los efectos del artículo 2 del Texto Único, y en este sentido, se justifica la división en zonas de la ciudad de Génova. El artículo 18 del Texto Único, establece las reglas generales que tienen que considerarse en caso de "reuniones públicas": además del citado aviso, se confirma el poder del jefe de la seccional, para impedir la manifestación o de prescribir las modalidades de tiempo y de lugar. Es necesario recordar también el punto quinto, que prescribe la pena de arresto hasta un año, y la multa desde 400.000 a 1.000.000 de liras italianas, para quien contraviene tales prescripciones. Aún en el caso de manifestaciones autorizadas, el Texto Único precisa que es facultad de la fuerza pública, disolver la reunión en casos varios y genéricos, aún con el uso de la fuerza (primero solamente la invitación formal y... después tres toques de gongos!), como así también perseguir legalmente a las personas que se rehúsan a cumplir las órdenes de disolución. Es inútil recordar cómo, de hecho, el uso de la fuerza pública es normalmente utilizado.

4. Poderes generales de las fuerzas de seguridad pública

Sin descender aquí en los diversos y múltiples poderes de la autoridad de seguridad pública (por otra parte, algunos ya han sido trazados), en cambio, es útil detenerse sobre aquellos que son la circunstancia que pueden llevar al traslado a la cárcel o, en las peores de las hipótesis, al arresto o detención de la policía.

Identificación: Antes que nada -y siempre bajo los efectos del Texto Único, art. 4- todos los sujetos tienen que poder ser identificados, y es facultad de las autoridades para proceder al relevamiento para aquellos que no estén en grado de ser identificados: por lo tanto, es absolutamente aconsejable llevar consigo un documento de identificación válido (cédula de identidad o pasaporte) y en buen estado. La persona trasladada para la identificación puede ser demorada en las oficinas de la policía solamente durante el tiempo efectivamente necesario para la identificación y no más allá de 12 horas sucesivas.

La exigencia de identificación puede ser a menudo utilizada arbitrariamente a los fines de conducir a las oficinas de policía, sujetos potencialmente incómodos; es útil en estos casos, y donde no sea posible otro delito, insistir para una identificación en el lugar, mediante los documentos citados.

Reconocimiento: Todos los sujetos tienen que poder estar siempre reconocibles, y por lo tanto, está prohibido a los efectos del art. 5 de la ley nº 152 de 1975, el uso de cualquier medio idóneo para enmascarar a las personas (cascos, pañuelos, bufandas, etc.) de modo de impedir o volver difícil su reconocimiento.

Arresto y detención: El arresto y la detención se ponen en acto en el caso de cometer hipotéticamente un delito, que obviamente puede ser de diversos tipos (desde el daño, a las lesiones, resistencia a la autoridad pública, delitos contra la incolumidad pública, de devastación y saqueo, etc., además de las citadas violaciones del Texto Único).

Es útil recordar en este sentido, que no subsiste el delito de ultraje a la autoridad pública, pero queda el delito más general de injurias (aún en el caso de injurias, no se aplica la medida de arresto o detención).

5. Derecho de detención y abusos de las autoridades

Después de este montón -tan general como alarmista- de posibles acusaciones aún para quien sólo intente pasar la fantasmagórica línea roja o manifestar en la zona amarilla, y antes de focalizarnos sobre las telecámaras y aparatos fotográficos, puede ser útil saber cuáles son los derechos de quienes se encuentren detenidos por las fuerzas del orden y, bajo prejuicios o no, sea conducido a la cárcel.

Las personas trasladadas para la identificación, como ya se ha dicho, pueden ser demoradas en las oficinas de policía solamente por el tiempo que efectivamente sea necesario para su identificación, y no obstante, no más allá de las 12 horas.

En los casos de arresto o detención, por lo tanto, en los casos más graves, las películas enseñan que es posible nombrar un defensor de confianza, así como también no responder. La policía judicial tendrá que, en este punto, advertir al fiscal, que a su vez, tendrá que solicitar la confirmación del arresto o de la detención al juez dentro de las 48 horas. El juez tendrá a su vez, 48 horas sucesivas

para decidir (como máximo 96 horas en total, salvo para los casos verdaderamente graves, en los cuales se aplica una medida cautelar o un procedimiento por directísima). La hipótesis más probable, sin embargo, es la liberación inmediatamente después de la formalización de los hechos cometidos, salvo que después se abra un procedimiento penal con relación al detenido.

En el curso de las operaciones de policía, los agentes pueden además de identificar, también efectuar perquisiciones motivándolas en modo general. Respecto a las perquisiciones, tiene que haber una redacción de un acta que contenga las motivaciones, y una copia de la misma tiene que ser entregada al implicado.

El Código Penal contempla también una serie de delitos (delitos contra la libertad personal, artículos 605 y subsiguientes), que pueden ser cometidos por las fuerzas del orden que abusan de su poder (el problema, después, será probarlos). El delito más grave es el de secuestro de persona cometido por un agente público con abuso de sus poderes (605 código penal), el arresto ilegal (606), el abuso de autoridad contra los arrestados o detenidos (medidas de rigor no consentidas por la ley) hasta las perquisiciones e inspecciones personales arbitrarias (609) y al genérico abuso de competencia (323).

6. Secuestro de equipos y materiales foto-video

Experiencias precedentes de mediactivistas refieren que no es inusual la hipótesis del secuestro de equipos y/o materiales fotográficos y videos, y especialmente porque en este caso el derecho de crónica se embiste contra poderes ampliamente genéricos concedidos a las fuerzas del orden para la tutela del orden público.

La hipótesis de un secuestro tal, recaería en el art. 253 del código de procedimiento penal (c.p.p.) - el c.d. secuestro probatorio- ejercido por parte de la autoridad de policía judicial en todos los casos en los cuales sea necesario adquirir medios de prueba relativos a un delito (se habla de cosas pertinentes al delito más allá del cuerpo del delito, pero este último no es nuestro caso, a menos que la misma telecámara no sea tirada a la cabeza de alguien).

Secuestro de video o de películas: Lamentablemente, en el caso de cintas de video o de película fotográfica, el secuestro podría ser convalidado por el hecho de que el medio mismo contenga imágenes que la autoridad podría utilizar para investigaciones de posibles hipótesis delictivas (con relación a terceros, antes que del mismo periodista, por ejemplo imágenes que toman los saqueos o asaltos de las fuerzas de policía).

Quedando la inmediata imposibilidad de impedir el secuestro, es un derecho del interesado -a los efectos del artículo 258 punto 3 c.p.p.)- lograr obtener una copia del acta de secuestro que contiene los motivos del procedimiento. El secuestro será posteriormente convalidado, con un decreto motivado, por la fiscalía dentro de las 96 horas sucesivas (si no se convalida, el material tiene que ser restituido inmediatamente): tal decreto será notificado al interesado, que podrá como consecuencia, oponerse en dos modos: - con instancia de desestimación dirigida a la fiscalía, y - con pedido de intervención dirigido al Tribunal dentro de los 10 días de la notificación del decreto.

Dentro del pedido de intervención o con la elevación de una instancia, el interesado puede pedir que la autoridad judicial extraiga copia de las actas y restituya los originales. El secuestro probatorio no será, en cualquier caso, definitivo estando ligado a las exigencias de la prueba, pero los tiempos de restitución -aún en caso de acoger las instancias presentadas- no serán breves.

Secuestro de telecámara o máquina fotográfica: No parece admisible, en términos de ley, el secuestro de la telecámara o de las máquinas fotográficas, instrumentos no idóneos por sí mismos para ser considerados como cuerpos de delito, o cosas relacionadas con el delito (a menos que una ordenanza del jefe de la departamental o de la seccional, no prohíba fotografías y tomas dentro de un área definida: en este momento, la ordenanza del jefe de la departamental que designa las zonas roja y amarillas no lo menciona, y por lo tanto, no lo prohíbe). Obviamente en los hechos será probable que las fuerzas del orden intenten secuestrar precisamente el aparato de foto-video, como también será probable que no haya espacio para el diálogo y para la exposición de las propias razones. En este caso aún es válido todo lo que se dijo con relación a la copia del acta y a las sucesivas instancias que, relacionadas con el secuestro de las telecámaras y máquinas fotográficas tienen seguramente mayores posibilidades de ser tomadas en cuenta.

Restan algunos consejos prácticos que pueden ser útiles para recuperar el material secuestrado: en este sentido, es una buena norma marcar los aparatos, cintas y películas en modo de rendirlos sucesivamente reconocibles. También es importante intentar no estar aislados y, por lo tanto, tener modo de contactar después a alguien que haya visto la escena y pueda dar testimonio. Cuando haya márgenes para el diálogo, requerir siempre el motivo del secuestro, pretender una copia del acta y buscar disuadir al secuestrador sobre la base de cuanto se ha explicado, y a la hipótesis de abuso de

autoridad del agente público (art. 323) en particular, en el caso en el cual intente secuestrar la telecámara.

7. Conclusiones y consejos prácticos

La amplia franja de derecho tratada (aunque sea de manera extremadamente resumida) constituye el telón de fondo mínimo de conocimientos jurídicos que podrían ser útiles precisamente para interpelar a quien intenta efectuar abusos indebidos. El condicional está obviamente por obligación, porque no existen remedios inmediatos, sino sólo sucesivos, pero precisamente por esto es muy importante reducir al mínimo las ocasiones de contraste.

3. Camcorder Kamikaze. El videoactivismo

El videoactivismo antes y después de Seattle N30

por Matteo Pasquinelli

"En las manos de un videoactivista, una telecámara puede funcionar como disuasor contra la violencia de la policía, un sistema de monitoreo por video puede influenciar la agenda política, un proyector de video puede generar conciencia colectiva". Así describe el colectivo inglés Undercurrents (www.undercurrents.org) a la figura del videoactivista, elevándolo como nueva especie de "organizador social" por los efectos de cambio que puede provocar en la sociedad con sus instrumentos mediáticos. Como el término "mediactivismo", así también "videoactivismo" obtuvo su definitiva popularidad después de la conjura de Seattle N30-Indymedia, ocasión en la que también fueron producidos los primeros e históricos documentales "indy" del movimiento global (*Showdown in Seattle* y *This is what democracy looks like*, que se pueden obtener en www.seattle.indymedia.org). Desde entonces, la cámara digital está en los bolsos de cada activista que se apresta para ir a una manifestación. En septiembre de 2000, preparando la movilización contra el World Social Forum de Melbourne en Australia (www.s11.org), un grupo de operadores independientes redactó e hizo circular en las listas de discusión de casi todo el mundo el *Camcorder Kamikaze Manifesto*, un texto que definitivamente estableció la figura del videoactivista como *folk hero hi-tech* [héroe tradicional de alta tecnología] del movimiento global. En estas declaraciones y *call for action* [alerta de acción], que se encuentran en los numerosos sitios de colectivos de video del mundo, la misión del videoactivista se describe a menudo como una lucha un tanto maniquea entre las fuerzas de la "luz" y el régimen de la "oscuridad" de los medios, que funda su poder en el "secreto". La videocámara es el fuego prometeico que logrará el desvelamiento del poder, un ojo que ilumina y libera un nuevo mundo que los medios quieren ocultar a las masas.

El ciclón del mediactivismo, que nació con epicentro en Seattle, encuentra su inspiración en la convergencia y contaminación genética de dos tecnologías: video e Internet. Sin la posibilidad del streaming de video, probablemente Indymedia no hubiera podido abrir una brecha a través del muro del pensamiento único de los medios dominantes, y lograr capturar la atención de la sociedad con los efectos hipnóticos del medio "imagen en movimiento". Como la televisión para las masas, de este modo la producción de video ha funcionado para el movimiento global, como mecanismo de reflejo del propio imaginario y de la propia fuerza. El mecanismo de la video-civilización es el mismo en todo Occidente, y es razonable suponer que el mediactivismo continuará a experimentar y contaminar cada formato y medio, aún aquellos que hoy se consideran "dominantes" o "corporativos", tanto es así que en los EE.UU., Indymedia ya produce un programa vía satélite llamado *Newsreal* en el canal de Free Speech Tv (www.satellite.indymedia.org).

El videoactivismo es hoy la forma más popular y practicada de mediactivismo dentro y fuera del movimiento. La difusión de las minicámaras digitales de bajo costo (15 millones de ejemplares en EE.UU. y 23 millones en Europa, según los datos comerciales), el componente lúdico-táctil, la tendencia anti-textual e intuitiva de este tipo de información, produjeron un ejército de activistas que, en ocasión de los grandes eventos como Génova 2001, tuvieron bajo control de video cada rincón de la ciudad. Los colectivos de video son la forma de auto-organización más difundida para los videoactivistas, y son parte de ese entramado que, desde hace años, preparó el evento Seattle lejos del *media hype* [trampa mediática]. El Toronto Video Activist Collective, escribió su declaración en 1998 (www.tvac.ca), en la cual invitaba a todos los videoactivistas a construir colectivos de video descentralizados que estén preparados para interconectarse para las batallas del movimiento global.

Esta es hoy la práctica social del videoactivismo. La "gramática" es una nueva cuestión. Junto al uso de los *personal media* [medios personales] como las minicámaras, se difunde

también un sencillo conocimiento del montaje video, un know-how [pericia] no solamente técnico sino precisamente "gramatical", que hizo suyos los trucos del montaje cinematográfico y televisivo, el formato "psicológico" (De Kerchove lo llamaría *brainframe*), a través del cual el flujo televisivo se desliza cada día dentro de nuestras conciencias y diseña inconscientemente el telón de fondo de nuestras opiniones. Los documentales independientes producidos en estos años por el movimiento demuestran un refinado conocimiento del lenguaje video, pero también contaminación, inconsciente o estratégica, con el lenguaje televisivo. Se puede suponer que esta evolución del mediactivismo lleve un día a "hackear", a deconstruir y dar vuelta, también las gramáticas superiores del flujo mediático, como la programación televisiva, los telenoticieros y la ficción.

Este punto nodal, la cercanía entre videoactivismo y panorama mediático televisivo, nos lleva, en consecuencia, a la recuperación que las televisiones están haciendo de la estética del movimiento global. Redes como MTV ya introdujeron en sus "productos" de entretenimiento, el imaginario construido por el movimiento global a través del videoactivismo. Inmediatamente después de Génova 2001, la MTV mostraba su fuerte atracción respecto al movimiento. Películas *low-tech* [baja tecnología] sobre el G8 con el estilo de Indymedia aparecían, a mitad del verano, en los huecos del flujo de programación. Luego, después de Nueva York 911, los entusiasmos del *new global* se enfriaron, y la MTV se encontró alojando grotescamente un programa militar con Colin Powell, que en un espectáculo sin contradicciones con verdaderos periodistas explicó a los jóvenes telespectadores porqué la guerra global es buena y justa (www.mtv.it/colin_powell) y porqué el señor de la guerra es favorable al uso de los profilácticos (sic!). "El videoactivismo es una especie de moderno Prometeo", dice convencido Eric Galatas de Free Speech TV, "y no se tiene necesidad de credenciales de super-héroe para formar parte. La tv está controlada por 6 grandes corporaciones que influyen en economía, gobierno, cultura y nos conducen a la ruina. Los medios son su fuego, pero nosotros podemos robárselo y usarlo".

Los primeros equipos de video fueron usados en los años 60 por activista contra la guerra de Vietnam. Las primeras videocámaras portátiles son de 1965. La Portapak y la U-Matics eran pequeñas, fáciles de usar y relativamente económicas. Entonces se consideraba una revolución el hecho que la cinta, a diferencia de la película, pudiera ser reutilizada varias veces, y que ¡era suficiente sólo una persona como operador! Nam June Paik fue uno de los primeros artistas que compró este nuevo modelo de telecámara para comenzar una crítica "práctica" y concreta a los medios masivos y a su cultura. Su declaración indicaba que el video revolucionaría el arte y la información, no solamente porque podía ser manipulado por la gente común, sino porque el material producido de esta manera estaba inmediatamente a disposición y accesible, sin necesidad de particulares elaboraciones. El colectivo más famoso de video de los años 70 fue Top Value Television (T VTV), un grupo que se formó para cubrir la reunión de los Demócratas en San Francisco en 1972. T VTV produjo documentales que fueron exhibidos en las estaciones de tv vía cable de diferentes ciudades y también transmitidos por el servicio público norteamericano (PBS). A pesar de su éxito, T VTV acompañó la curva descendente del movimiento de los años 70. Una de las personas que trabajaron en T VTV era DeeDee Halleck, co-fundadora de Paper Tiger TV y Deep Dish TV, actualmente docente en la Universidad de San Diego y sostenedora de Indymedia. El colectivo de video Paper Tiger nació en 1981 con la idea de filmar al gurú de los medios Herbert Schiller. *Herbert Schiller lee el New York Times* fue precisamente el primero de 400 espectáculos televisivos bizarros que Paper Tiger emitió al aire durante años en la tv de acceso público norteamericana. En 1986, Paper Tiger decidió contratar un espacio en satélite y así nació Deep Dish TV, comenzando a emitir producciones individuales provenientes de todo el país. El programa más famoso fue *Gulf War Crisis TV Project* ([Proyecto TV de la Crisis de la Guerra del Golfo], 1990-91), que los fundadores recuerdan hoy como un "Indymedia" de los primeros años 90. Otros importantes precursores del videoactivismo se pueden encontrar en los videos feministas de los años 70 y en las comunidades gay y lésbicas de los años 80, ligadas a la campaña contra el SIDA.

En 1989, el grupo de afinidad ACT-UP y DIVA-TV (Damned Interfering Video Activist Television [Interferencia Maldita de Televisión Videoactivista) comenzaron a filmar marchas y manifestaciones, y difundieron los materiales con éxito.

Actualmente, muchos notan que los videos de los activistas de hoy son estéticamente reaccionarios, repetitivos y prolijos. Esto, se dice, no sucedía con los colectivos de video de los años 60 y 70, que eran mucho más anticonformistas y subversivos. La diferencia reside en el hecho que entonces el videoactivismo estaba ligado al video arte experimental. Hoy, en cambio, los videoactivistas provienen directamente del movimiento y de los medios masivos, más que de las escuelas de arte. Esta distinción se puede ver en todo el mundo anglosajón, pero no en Italia por ejemplo, donde en los años 70 y 80 era casi inexistente una cultura de los medios y un arte de los medios que se convirtiera, como en otros países pioneros, en nuevas formas culturales y sociales. McLuhan quizá relacionaría el retraso italiano a la cercanía más táctil y menos analítica de los pueblos latinos (los efectos de este retraso pueden, por otra parte, ser observados hacia fines de los años 90, observando como grupo de muestreo la penetración del net art en el mundo del arte italiano). Mirándolo bien, la bendita "barbarización" del videoactivismo, no es otra cosa que la realización de las profecías de los mediartistas y de los realizadores de películas democráticas de los años 60. La época de las películas políticas de autor ha finalizado. "El Autor ha muerto" declaran también hoy los videoactivistas más comprometidos y radicales. Pero al mismo tiempo, los colectivos de video de Indymedia de todo el mundo se cuestionan sobre sus documentales, se dan cuenta que solamente se ve gente que marcha y protesta, y perplejos, buscan dar más profundidad a sus imágenes y ofrecer un análisis más articulado y propositivo de lo existente.

Camcorder Kamikazes Manifiesto

El uso de la tecnología como unidades móviles de comunicación para garantizar el derecho a una video-comunicación ética y democrática.

El videoactivismo nació de la frustración y de la imposibilidad de ser parte de los medios masivos institucionales y comerciales. Los medios de comunicación tradicionales quitan poder a los individuos, decidiendo en modo autoritario, qué cosa pueda ser o no una noticia. Los servicios televisivos están polarizados según los intereses de las grandes compañías que garantizan las entradas publicitarias y amplias compensaciones a los gerentes de los mismos medios. Las telecámaras al hombro y las videocámaras de mano, han revolucionado el acceso a los medios de producción de la comunicación, y consintieron una información desde abajo a través de un rápido acceso a los materiales video.

Los medios de comunicación son el instrumento de persuasión más eficaz, y actualmente ocupan el lugar que tenían en su tiempo los trovadores y enseñantes. El actual régimen de monopolio y de control de los medios garantiza la conservación del poder y los intereses de una elite restringida. Las posiciones y las voces de disenso son aplastadas por esta lógica, y todos nosotros estamos obligados a ver lo que nos quieren hacer ver. El fracaso de los medios tradicionales para afrontar los temas sociales y ambientales producen una difusa ignorancia por parte de la opinión pública, respecto a aquellos temas considerados no dignos de cobertura.

La descentralización de los medios de comunicación permitiría una conciencia mayor y más difundida por parte de los ciudadanos. Los recientes progresos tecnológicos permiten a cada individuo producir material para emitir al aire utilizando equipamientos técnicos ligeros y de bajo costo, que reducen la distancia entre el operador y el espacio filmado, permitiendo brindar cobertura mediática a las situaciones que los grandes medios de comunicación no cubren. Las estaciones televisivas se ocupan raras veces de las manifestaciones en las áreas periféricas, y a menudo ponen en el campo una única unidad de video por periodos de tiempo relativamente breves, vistos los costos y la necesidad de cubrir muchos eventos contemporáneamente. Los videoactivistas que trabajan como militantes en el movimiento están en grado de cubrir por más tiempo un mismo evento, y frecuentemente son los únicos operadores de video presentes en los lugares donde se realizan formas de acción directa y manifestaciones masivas.

Con o sin videocámara, los activistas están expuestos a violencia y represalias por parte de la policía. La presencia de videocámaras puede desalentar la violencia, o puede ser de fundamental importancia para demostrar y denunciar sucesivamente, las eventuales responsabilidades de las fuerzas del orden, garantizando una mayor seguridad para las personas presentes. Por esta razón, y porque el videoactivista puede transformarse en el objetivo principal de la violencia y de las represalias de las fuerzas del orden, el mismo no tendría que tomar parte en las acciones sino asumir un rol de observador.

Los videoactivistas pueden evitar las omisiones y las manipulaciones por parte de los medios oficiales, utilizando las nuevas tecnologías para hacer visible lo que de otro modo quedaría como no-visto, y pueden por este motivo, redefinir el contexto político de la acción. Existen muchos recursos que permiten a los videoactivistas dar la mayor cobertura de video a las formas de acción directa. La posibilidad de brindar imágenes de video a los grandes medios de comunicación es una forma eficaz para garantizar la mayor visibilidad a su campaña política. Los medios generalmente se interesan en las imágenes de escenas de acción, y a menudo están dispuestos a pagar para obtenerlos. ¡Negocien en primer término el valor de sus videos y no entreguen nunca los originales!

Los videoactivistas, además, pueden colaborar con las televisiones y las radios comunitarias, y transmitir sus materiales. Las colecciones de imágenes, en forma de videoclip, o la proyección de películas en fiestas y raves son otros sistemas eficaces y no convencionales para alcanzar un mayor número de personas. Internet está en grado de hacer circular imágenes de video, si bien hasta el momento sea preferible utilizar breves

videoclips o imágenes individuales, para garantizar un acceso más rápido a la documentación.

Los videoactivistas también pueden formar a otros activistas y enseñarles la forma de estar activos en campo. Entrenarse para las entrevistas en el lugar y enseñarles a otros a utilizar los equipos de video hace que los grupos sean más autónomos y permite compartir las responsabilidades dentro del grupo. Dos cámaras son, obviamente, mejor que una sola para garantizar la cobertura de una acción. Mayor es el número de videocámaras, mayor es la garantía de seguridad y de cobertura de la acción. Es importante involucrar a los otros participantes en las decisiones sobre los objetivos de las tomas, y entender cuáles son las necesidades concretas de la manifestación. Cuanto mayor sea el compromiso, mayor será la posibilidad de ser eficaces en el uso de los tiempos, logrando calcular la cantidad de cintas necesarias para la cobertura de video y para la recolección de los testimonios. Muchos manifestantes prefieren no ser registrados, pero es importante que la gente se sienta cómoda y confíe completamente en las unidades de videoactivistas, y que utilice su presencia informándoles sobre lo que sucedió efectivamente y pidiéndoles una inmediata cobertura de video en caso de necesidad. Habitualmente es muy difícil para un espectador que no haya estado directamente involucrado en la acción, entender lo que efectivamente está sucediendo sin poder ver los hechos y los relatos de los que participaron en la manifestación con sus propios ojos.

En este sentido, los testimonios de video en directa, casi siempre, son mucho más atractivos que los que difunden las tropas de las televisiones oficiales. Es importante no olvidar jamás que las documentaciones más convincentes son las que no sufrieron manipulaciones. Hay que intentar entrevistar a la gente común en el mismo momento en el cual sucede la acción, preguntándole qué es lo que han visto, qué es lo que están viendo y, sobre todo, qué es lo que sintieron. El principal objetivo de esta acción es persuadir al público sobre la bondad de las razones de esa acción, pero no como propaganda, ya que probablemente los medios oficiales ya hayan pensado en esto antes.

El videoactivista es más táctico cuanto más intente modificar el punto de vista de la colectividad. Las noticias, la mayor parte de las veces, representan un punto de vista subjetivo, porque reflejan los intereses del operador en el mismo momento en el cual él mismo retoma los hechos.

Los medios de comunicación quieren que cada uno de nosotros se convenza del hecho que sus manipulaciones son, en realidad, la pura y simple verdad. El trabajo del videoactivista es encontrar la historia olvidada por los grandes intereses políticos y comerciales.

La ventaja de un videoactivista, además está representada por el hecho que él puede permitirse perder seis meses para un servicio, en vez de media hora solamente, garantizando una mayor cobertura del evento y una mejor calidad de la información. Este trabajo es de enorme valor para el movimiento, porque brinda una voz a las minorías sin voz.

¿Qué se necesita para garantizar una buena toma de video?

Una videocámara de buena calidad – Video 8 con cintas Hi8, HI8, SVHS, Mini DV, Betacam con baterías de larga duración, auriculares para controlar el sonido, lentes gran-angular y un filtro para proteger las lentes, un micrófono direccional enganchado a la telecámara. No corten los rostros de las personas en las tomas, preferiblemente tómenlos de espaldas encuadrando la zona hacia la cual las personas están mirando. Intenten utilizar un micrófono direccional enganchado a la telecámara. Los micrófonos incorporados de serie con las videocámaras comerciales, en general, son de mala calidad, y el video se compone por un 50% de video y otro 50% de audio. No subestimen lo que un sonido de mala calidad puede arruinar o rendir menos eficaz el trabajo hecho. No entreviste a las personas delante de vidrieras [vitrinas, escaparates]. El contraste sería excesivo para la cámara y se arruinaría la imagen. En los casos que sean capaces de hacerlo, desactiven el enfoque automático y utilicen el enfoque manual. La corrección de los espacios y el enfoque

automático es muy fácil de utilizar en las acciones de alta velocidad. Hay que intentar mantener una distancia adecuada respecto a la acción. Si se encuentran exactamente en medio, probablemente no estén en grado de entender lo que está sucediendo en torno, y el equipo puede dañarse. Eviten que el equipo se moje, se ensucie con polvo o con arena. ¡Esto podría dañarlo irremediabilmente! Procúrense una cubierta protectora o por lo menos un saco de plástico con que cubrir la videocámara. Pueden utilizar una protección en PCV transparente, o convencer a un amigo para que sostenga una sombrilla sobre la videocámara. Algunas videocámaras están provistas -o pueden estarlo- de protecciones antichoques especialmente diseñadas. ¡Se trata de una óptima inversión para proteger la cámara! Las videocámaras tendrían que ser revisadas cada tres meses para limpieza de los cabezales, etc. Las cassettes limpiacabezales no tienen el mismo resultado, y tendrían que ser utilizados con algunas precauciones. Compren siempre más cintas y baterías de reserva de las que se necesitan. Cuando se desencadene la acción, no toquen la cámara, ya que la acción a menudo dura pocos segundos. ¡Dos videocámaras enfocadas hacia el mismo objetivo son siempre mejor que una sola! Pidan a las personas que expliquen lo que está sucediendo. La interacción rinde más eficaz la toma. Intenten etiquetar las tomas en el lugar o lo antes posible, una vez terminada la acción. Tomen apuntes en un bloc de notas, y van a necesitar otro para tomar todas las informaciones y los nombres (especialmente los de los policías violentos). Se necesitan alrededor de 3-4 segundos para que el ojo humano enfoque la visión, por eso intenten garantizar que cada toma sea lo suficientemente larga, y que dure lo suficiente. En el caso de que quieran montar sucesivamente las imágenes, necesitarán más tiempo para cada toma, por eso ¡eviten las tomas demasiado cortas! Los trípodes y apoyos son óptimos para las entrevistas, pero se desaconsejan para los momentos de acción directa, por el simple hecho de que no tendrán tiempo y espacio para usarlos. Utilicen la cámara en la mano la mayor parte de las veces en las cuales es posible hacerlo. El zoom aumenta el efecto movimiento, pero acérquense uds. mismos a la acción y quédense a la debida distancia siempre que no se sientan seguros. ¡La práctica enseña! La policía puede intentar confiscar el material, por eso ténganlo guardado o bien confíenlo a personas de las que puedan fiarse. ¡No den jamás las cintas originales a la policía o a las tropas de las televisiones oficiales! Si están en grado de obtener grabaciones bastante buenas en las tomas, pueden proveer material tanto a las televisiones como a las radios. Tener una buena calidad de sonido y poco ruido de fondo ayuda en el momento del montaje de video.

Candida. La TV electrodoméstica

Macchina (*candida.kyuzz.org*)

Candida TV nace en Roma a partir del encuentro de diversas realidades: cine underground, anarquía visual, fiestas rave, teatro callejero, radios independientes, telemática subversiva (BBS), revistas de contracultura pop y editores independientes. Estas realidades atravesaron los años 90 romanos. Candida está compuesto por un núcleo de aproximadamente 12 personas, que funden experiencias de los Centros Sociales y competencia en el campo del cine y de la producción de video. La experiencia de O.F.F. (Overdose Fiction Festival) [Festival de Sobredosis de Ficción] que se realizó en Forte Prenestino (centro social ocupado romano) durante tres años a partir de 1997, fue el catalizador de la formación del grupo. Durante los tres días del festival, realizamos en los espacios del centro social una televisión de circuito cerrado, sembrando corredores y habitaciones de televisores conectados vía cable antena. OFFlineTV (así se llamaba la televisión) tenía su propia grilla de programación transmitida desde la dirección central: una oscilante y electrodoméstica arquitectura de videoregistradores y monitores en la cual cualquiera podía poner sus sucias manos, pero sobre todo, conectar su propia telecámara para transmitir imágenes capturadas en otras partes.

Con O.F.F. abandonamos la idea del video como instrumento exclusivo de documentación de la realidad, para desembozar la imaginación en los espacios inexplorados de las alucinaciones "alternativas" a la realidad consensual de masa. Mientras que la documentación aspira a ser una fiel reproducción de la realidad, nosotros creemos que no es posible representar la realidad sin modificarla, y así nos aproximamos a lo que definimos como "reality fiction" -la presentación de otras realidades posibles- tal como sucede en el género ciencia-ficción, donde a partir de datos o contextos "reales", se construyen otros mundos posibles. Durante la organización del festival invitamos a todos los videomakers, y a quienquiera, a enviar "historias suburbanas" para recoger visiones narrativas de la realidad en el ambiente urbano. Queríamos dar una oportunidad a imaginario urbano para que saliera de la oscuridad y se volviera visible en una pantalla gigante, una oportunidad para narrar historias no relatadas, para crear "otras alucinaciones" fuera de los paradigmas culturales dominantes.

Enriquecidos con la experiencia de OFFlineTV (cuya dirección electrodoméstica reproponía la consola video, que una parte de nosotros ya utilizaba para transmitir video en vivo en las fiestas rave) y estimulados por la oferta de una emisora local romana que nos propuso transmitir la programación de OFFlineTV, en el verano de 1999 consideramos que habíamos madurado la experiencia justa como para emprender la construcción de un nuevo canal televisivo. Una televisión comunitaria, una televisión que pueda entrar en las casas de todos los italianos y destruir la corporación de la simulación. Comenzamos a transmitir en la emisora local romana durante nueve semanas, de Diciembre 1999 a Febrero de 2000, con un programa semanal de una hora en las primeras horas de la noche. Nuestra intención era hacer *Pop Riot*, y nuestro lema era "¿Quieres Pop? ¡Aquí tienes Pop!" Habíamos elaborado el típico show con música, noticias, temas culturales y entretenimiento, estimulábamos al espectador a hacer su propia televisión, a mandarnos colaboraciones de video y a hacer un canal comunitario, y por lo tanto, considerar a la televisión autogestionada una exigencia insustituible. Teníamos una visión de la tecnología televisiva inspirada en la ética hacker: la televisión puede ser hecha por todos, cada uno de nosotros puede meter las manos en ella. Los temas de nuestro programa eran desprejuiciadamente generales, por lo tanto iban desde la música (con entrevistas a dj's de etiquetas independientes), fútbol, con una columna surrealista denominada *Rovesciate* [Dalo vuelta] cuyo objetivo (siempre en línea con la ética de Candida) era el de "dar vuelta el deporte más bello del mundo, rendir horizontal las jerarquías aburridas y prepotentes" porque "el fútbol pertenece al fanático, el fútbol existe dentro de un mundo que tiene alrededor, hecho de tácticas populares y de muchísimos entrenadores sin licencia, de locos

fanáticos, prisioneros de una fe, de ironías de bar, de verdaderas alegrías y verdaderos dolores, verdaderamente colectivos!"; cine independiente (con una selección de cortometrajes de los tres años de O.F.F.), poesía, actualidad. Además teníamos una columna que trataba sobre las cárceles y las condiciones de vida de quien vive privado de su propia libertad. Familias y amigos de los encarcelados y las encarceladas podían enviar sus video-saludos, usando la televisión como un instrumento para dejar mensajes a los detenidos y las detenidas. Otra sección estaba dedicada a los embrollos del Jubileo (era el año 2000) con la rúbrica "Giubineon, le luci del Giubileo" [Jubineón, las luces del Jubileo] que, entre otras cosas, hospedaba al "Comité por la beatificación de Antonin Artaud".

Infiltrar un medio masivo como la televisión, para nosotros significaba (y significa todavía) introducir nuevos significados en el flujo televisivo que penetra en todas las casas, no verdades finales o "verdaderas informaciones", sino semillas de comprensión. "El recinto en el cual el consenso se desarrolla en manera acelerada es la casa: la casa es el lugar donde se bajan las defensas inmunitarias, el punto sobre el cual convergen con mayor intensidad las líneas de control. La familia y la televisión son los elementos básicos de este dispositivo al cual Candida quiere encontrar un nuevo tipo de funcionamiento. Desviar las trayectorias del consumo televisivo". Desplazar el foco de atención de los mecanismos de usufructo a los de producción de los medios. Queríamos descubrir la mistificación mediática de la realidad, exasperando la forma de los show televisivos para arrastrarlos a lo largo de la línea del absurdo. Creábamos un "rumor blanco" que se sumaba a la sobrecarga de informaciones mediáticas.

Crecidos en los años 80, con una televisión como niñera, de alguna manera teníamos que devolver ese flujo de imágenes que, desde el tubo catódico como biberón, había nutrido durante años nuestra mente en crecimiento. Una manifestación clara de este vómito de la sobrecarga de datos era el momento del video en vivo. A partir de fines de los años 90, construíamos la dirección electrodoméstica en galpones industriales abandonados para las ocasiones de fiestas rave, organizábamos video-live-set con proyecciones improvisadas para transcurrir la noche cautivados por el flujo visual, como si fuera la misma serpiente del caos que, vivita y coleando, desplegaba sus espirales delante de nuestros ojos. En ciertos momentos era posible un orden y nuevos sentidos en esta sobrecarga informativa. Esta actitud hacia la imagen la reproducíamos plenamente en nuestro método de hacer televisión, que resultaba más barroco e intrincado de lo que eran los reality show del sábado a la noche.

Este espíritu visionario de Candida creció junto con otro espíritu que todavía cree en la posibilidad de una información clara y sincera, que sea voz de muchos y no de pocos. Y tanto es así que, especialmente en el 2001 y el 2002, nuestro recorrido profesional se desarrolló también con Indymedia (que nació, casualmente, en noviembre de 1999 casi contemporáneamente a nuestra primera transmisión).

Durante el 2001, después de nueve programas, tuvimos que suspender la transmisión en vista al gran esfuerzo que significaba para todos nosotros (alrededor de 15 personas) producir un show de una hora semanal sin gastos, y creamos una serie de anuncios antiprohibicionistas (breves videos irónicos que contaban las miserias del prohibicionismo), trabajamos en el streaming por la red, y organizamos eventos para proyectar nuestras producciones, no solamente en Italia sino en todo el mundo.

En julio de 2001, nuestra colaboración con Indymedia nos llevó a las terribles jornadas de Génova. En esa ocasión, producimos un cortometraje denominado "*SuperVideo>>>G8*". SuperVideo, nuestro héroe de la comunicación independiente, nace unos meses antes de las jornadas del G8 en Génova. Lo consideramos una síntesis de nuestro espíritu experimental bidireccional y visionario, y de nuestra necesidad de comunicar lo que vivíamos y compartir los que veíamos.

Nuestra voluntad para infiltrar los medios corporativos va de la mano con la necesidad de crear una red de información desde abajo que garantice a todos el acceso a las tecnologías. Durante los últimos dos años en Roma, hemos organizado talleres para enseñar a los chicos y las chicas de áreas periféricas de la ciudad cómo usar telecámaras e instrumentos

de montaje, para hacer "su propia televisión". Hemos denominado la experiencia "La Televisión de Barrio": una Pequeña Hermana que pueda alcanzar los lugares donde el Gran Hermano no puede entrar porque está demasiado gordo para hacerlo. Queremos ver crecer miles y miles pequeñas hermanas en todo el mundo. Pequeñas Hermanas que puedan compartir visiones de la realidad, dar voz a quien tiene algo que decir y difundir, y que hagan crecer brotes de libertad en todas partes.

Manifiesto declaración de Candida TV

Candida nace de la mala sangre de la raza humana. Emerge de un fértil trasfondo de techno-desorden. Crece en una red comunitaria de ilegales en la cuna de la necrótica cultura europea, vive en los confines del orden social y camina sobre el filo de la navaja de la estabilidad mental. La realidad de la pantalla es un nivel de realidad que pretende ser el único mundo posible (¡el mejor de los mundos posibles!), se materializa mediante las seductoras palabras de muñecotes de plástico. Candida declara que este es el momento justo para comenzar a ocupar la realidad de la pantalla. Ella se mueve con su red como un enjambre. El enjambre dice: nuestra estrategia es infiltrar la cultura POP como un tejido necrótico desde su interior. A los inicios de los años 80, el Sanz Patient Collective, uno de los primeros grupos de la cultura post-industrial en Europa, declama su propia

ESTRATEGIA POST-INDUSTRIAL o LA CATEDRAL DE LA MUERTE:

La Estrategia no es dialéctica:
liberación contra control
inconsciente contra consciente
divergente contra normal
sexo contra castidad.

La Estrategia es catastrófica:
llevar la situación al límite.

La Estrategia es simbólica:
usar contra el sistema sus propios signos intolerables

La Estrategia es anónima:

No queremos ser categorizados como otra estrella divergente.

NOSOTROS SOMOS LA NORMA

NOSOTROS SOMOS EL CREPÚSCULO

"Telecámaras nos controlan, telecámaras nos controlan, telecámaras nos controlan" cantaban históricamente los Magazzini Criminali [Depósitos Criminales] (compañía de teatro de Bolonia) en los años 80 durante su espectáculo *Colapso Nervioso*. Las telecámaras nos controlan, es verdad, pero en los umbrales del nuevo milenio, en vez de gritarlo históricamente, decidimos tomar estas telecámaras con nuestras manos.

Candida dice: La televisión es un arma. La realidad de la pantalla tiene que ser ocupada. En el 2000 en Roma hemos comenzado la experiencia de "Candida, la primera televisión electrodoméstica". Tenemos el arma en nuestras manos, pero ¡atención! ¡Todos nuestros juegos se juegan con municiones verdaderas! Pueden disparar al vacío... Si existe un Gran Hermano, Candida es la Pequeña Hermana, la primera televisión electrodoméstica.

Dejen que les explique el significado de esta palabra. Candida significa Candida, como el *Cándido* de Voltaire para el cual vivimos en el mejor de los mundos posibles. ¿No es quizás esto lo que la cultura pop intenta decirnos mientras todos los días nos priva de nuestros cuerpos? Candida tiene una relación inmediata con los medios. Se materializa en el momento de la experiencia de la televisión para todos a la televisión de todos.

Candida es la primera televisión electrodoméstica porque su objetivo es superar la separación entre productor y consumidor: la televisión puede ser hecha por todos,

interrumpir el flujo informativo que entra en tu casa, usar el televisor como monitor y la telecámara como un ojo.

"Haz tu televisión" - para dudar de la autoridad y promover la descentralización de la información. La realidad de la pantalla tiene que ser ocupada, Candida quiere ser transmitida en los canales oficiales porque estos son todavía el flujo principal del inconsciente colectivo. Estamos invadiendo ese púlpito desde el cual, cada uno y cada día, recibe la prédica para descargar olas de porquerías en las casas de todos los italianos, sabemos que nada es verdad y que todo es posible – somos los sobrinos bastardos de tío Dostoyevski y tío Bill Burroughs. En el feliz carrusel mediático, como nos dice Guy Debord, lo que pretende ser verdad es falso y lo que es falso es verdadero.

Estamos preparados a hacer nuestro juego. Candida es un enjambre nómada de saltamontes del sentido. Ningún nombre va a ser cambiado para proteger a los inocentes, siempre y no obstante, somos todos culpables.

SuperVideo. Los super-héroes de Candida TV, del Global Forum de Nápoles al G8 de Génova.

Become Your Super Hero Project [Proyecto Conviértete en Super-héroe]

La batalla de Seattle, los Grises-Rosa-Azul de Praga, la suspensión de los acuerdos de Shengen en Niza y Davos, los choques de Nápoles, el disparo de Goteborg, los choques y disparos en Génova... el once de septiembre. El TEATRO DE LA REALIDAD traza el recorrido de la política global sin detenerse y sin medios términos. El escenario está listo, el guión es nuestro punto de vista narrativo, pero no hay tiempo para grandes reflexiones: tenemos que entrar en escena, el espectáculo ya ha comenzado. La representación mediática hará el resto, allanar el camino y sentenciar de acuerdo al final a alcanzar.

La apuesta es demasiado alta: el futuro del planeta, nuestro presente. Seguir las etapas del circo neoliberal para manifestar nuestro desacuerdo hacia ciertas políticas es una empresa que a veces bordea lo sobrehumano, pero se hace, especialmente para quien trabaja para satisfacer sus propias necesidades y para construir sus propios imaginarios. ¿Pero qué comunicar? Y sobre todo, ¿en qué modo? ¿Con qué medios alcanzar la opinión pública? Buscamos nuestros espacios, los creamos y si no nos los dan, nos los tomamos. A cada uno su parte, a cada uno su propio rol.

Es con estas convicciones que, en Nápoles (marzo de 2001, encuentro de la OCSE sobre el *e-government* [gobierno electrónico]), pedimos ayuda a los que, en aquella ciudad, representan desde siempre el espíritu del pueblo napolitano con creatividad comunicativa contra los patrones: Pulcinella [Pulguita]. Junto a un titiritero local realizamos una serie de video-spot informativos donde la marioneta napolitana, además de ilustrar los motivos de la protesta, lanza por primera vez en televisión las citas de la contracumbre: "No Global Forum".

Que no estamos invitados a discutir sobre los proyectos económicos globales en estas ocasiones ya nos dimos cuenta. Algunos meses antes, en ocasión del encuentro del W.E.F. [World Economic Forum, Foro Económico Mundial] en Davos, Ronny Mc Donald inició una larga caminata en las montañas suizas intentando llegar al lugar de la conferencia, pero le fue impedido el paso por una imponente formación de fuerzas del orden. Ante el primer intento de comunicar pacíficamente las razones por las cuales intentaba alcanzar la reunión, le dispararon inmediatamente gases lacrimógenos y nos dimos cuenta que, detrás del uso de la máscara, el poder nos mostraba su verdadero rostro.

Sin dudas, el movimiento zapatista de Chiapas entendió las potencialidades de la máscara y le volvió a dar su justo valor en la representación de la realidad. En 1994, el pasamontañas se convirtió en el símbolo de todos los oprimidos de la Tierra. Una identidad colectiva que intenta comunicar en modo narrativo, mediante las simbologías de la cultura indígena y el uso de las redes telemáticas para alcanzar todo el planeta, que la lucha por la supervivencia no es solamente su batalla, sino parte de la guerra global contra un enemigo único con mil rostros: el neoliberalismo. Y no nos olvidemos que México es también el país de Superbarrio, el superhéroe de los suburbios urbanos, que desde hace años lucha junto a los explotados y opresores de cualquier tipo, por el respeto de los derechos humanos.

Las estrategias de colores de Praga, la carne humana enlatada de Chiasso, el arbolito para entregar al Papa en vez de aquel de Haider, son etapas que nos llevan directamente a julio de 2001, a Génova para la reunión del G8. La gran gala en honor a la entrada de Rusia en la elite global estaba paulatinamente redimensionándose para dar lugar a la protesta, que se preanunciaba muy numerosa. La tensión se estaba elevando mediante proclamas, paquetes bomba y una escenografía de guerra preparada detalladamente: una ciudad blindada y desierta. Todo hilvanado por la habitual desinformación y manipulación mediática de los principales medios de comunicación, que por una parte exaltaban la voluntad del vértice de poder resolver problemas como el SIDA o el hambre en el mundo, y por otra anunciaban la posibilidad de ataques terroristas y choques en la plaza. Millares de telecámaras oficiales e independientes se preparaban a grabar el evento principal del verano: quien sintonizaba TeleGenova 56, con una red de máquinas de toma de imágenes

en algunos puntos neurálgicos de la ciudad, podía seguir los eventos en directo (Canal 5 funcionó como puente para la transmisión en todo el territorio nacional). Los directores del cine italiano se habían movilizado para realizar un gran documental colectivo, cuyo título podía ser "del neorrealismo al neoliberalismo". *Todo en un día* de Italia1 iba a transmitir con operadores tv durante toda la jornada del 20 de julio, un policía, un comerciante, un overol blanco y un cura. El choque ya había comenzado y se jugará precisamente sobre la información, por esto el papel de un mediocenter en este contexto es indispensable: comunicar de modo independiente lo que sucede a través de la radio y red.

El éter está oprimido... todo las frecuencias están bajo control... estamos en peligro

La Voz Libre, que está silenciada, confía la misión de hacer oír la voz de los sin voz a quien, gracias a sus superpoderes, puede alcanzarlos: el superhéroe SuperVideo. La intención es superar las trampas para luego danzarles alrededor, hacer un esfuerzo creativo para seguir adelante, encontrar cómplices para construir alternativas comunicativas al grito de: *Become your superhero* [Conviértete en superhéroe]. Conviértete en superhéroe es una crítica a la masificación cultural del individualismo pero, sobre todo, quiere ser un exhorto a la toma de conciencia de cada uno de nosotros, a nuestras posibilidades y sensibilidad. SuperVideo nace del espíritu carnavalesco popular, de la máscara como expresión de las necesidades y de los deseos que vienen desde abajo: en este caso la libertad de comunicación. En constante contacto mediante sus propias antenas con la comunicación corporativa, SuperVideo intenta sensibilizar a los periodistas buscando alianzas improbables, caminando sobre la cuerda floja entre dos puntos: ¿ser víctima o verdugo? Con la certeza de ser parte de una representación cruel, por un lado ve el intercambio, por el otro, los numerosos intentos de relanzamiento de la comunicación independiente, dando la posibilidad a todos de estar en televisión y decir la propia opinión sin censura, a la búsqueda de una información imposible. En resumen, un superantihéroe que sigue un recorrido psicocromático totalmente suyo (el naranja), que vive en las calles y las plazas, lugares donde habitualmente las personas se encuentran e intercambian opiniones. SuperVideo es un ser mutante que come pizza, toma café, corre y salta. No puede hacer nada ante la violencia de las jornadas genovesas, más que mostrarla a todo el mundo a través de un video realizado colectivamente (*SuperVideo*>>>*G8*), y lograr que su propia convocatoria noviolenta y creativa llegue lo más lejos posible.

En primera línea. Diario de una jornada como mediactivista

Agila Mediactivista

Lo primero es armar el bolso... La telecámara está lista, las baterías cargadas, las cassettes vírgenes y el auricular en el bolsillo. Llevo puestas las habituales zapatillas de gimnasia para esta cómoda y, en caso necesario, poder correr eventualmente. No pensé mucho lo que ponerme encima, siempre en el último minuto: anteojos, máscara antigás (el mundo está cada vez más contaminado), capucha, guantes y celular. Clásicas ropas anónimas, ¡¡es suficiente con la telecámara para hacerme visible!!

- *el día anterior a la manifestación, es útil efectuar un reconocimiento del lugar, realizar el recorrido de la marcha para individualizar puntos elevados desde donde filmar, áreas de particular interés, líneas de fuga...*
- *recordar poner a cargar las baterías la noche anterior, como para evitar tratarse de estúpida por la mañana apenas despierta*
- *comprar siempre algunos cassettes de más, podrían resultar útiles*
- *limpiar el granangular (si se tiene) y la lente de la telecámara*
- *proveerse de auriculares (van bien los de walkman) para controlar el nivel de grabación del audio, al cual se le da siempre poca importancia, pero que es fundamental. Si se tienen intenciones de hacer entrevistas, recordar llevar un micrófono o un minidisk.*

Arreglo los cables, nunca se sabe, salidas, entradas, cargabaterías, reductores chicos y grandes, pin, bnc, bnc, pin, sv, fire, wire, grande, chico, hembra, macho, scart, minijack!! Creo estar lista... No es fácil filmar una marcha...

- *grabar carteles, pancartas y todo los que pueda dar una idea de la demo y de sus motivos*
- *no olvidar el audio: intervenciones, eslogan, impresiones de los transeúntes*
- *dotarse de plástico o gomaespuma para proteger la telecámara, en caso de lluvia o granizo*
- *no olvidarse jamás de ser mediactivista, y no una simple cámara*
- *prestar particular atención a los personajes extraños o fuera de contexto, gente extraña a la demo: 1°) pueden ser infiltrados; 2°) quizás no lo son y... lo diferente es bello!*
- *filmar, y eventualmente entrevistar, a los transeúntes que se encuentran allí por caso, los cuales, enojados o curiosos, rinden una idea del impacto que la demo tiene sobre los que la ven desde afuera*

Lo que se va a filmar tiene que estar siempre ligado, además de a la documentación de la iniciativa o de la demo a la cual se participa, también a la protección de los manifestantes y a sus reivindicaciones. ¡¡¡¡¡Esta es la primera regla que aprendí!!!!

Mientras voy llegando me doy cuenta de lo que sucede alrededor, preparo la telecámara y en el entretiempp doy una mirada en torno, reconociendo a pocas personas... Doy vueltas entre los carteles y banderas de colores verde, rojo, blanco, negro; tractores transformados en vacas, tubos inocentes montados sobre un camión, monitor y telecámaras por todas partes. La gente grita y aúlla eslóganes, la mayor parte de la veces, incomprensibles. En la cabecera de la marcha hay un gran camión con mucha gente encima, tiran adhesivos, bailan y gritan; intento alcanzarlos pero no lo logro, entonces me procuro una botella de agua y me desplazo. En el camión continúan a danzar, mientras tanto un tipo con un trombón gira entre la gente y lo siguen, por un rato también lo sigo yo, saco una foto en la memory stick [dispositivo de memoria] de la telecámara y lo saludo. Subo al muro del subterráneo para ganar un poco de altura respecto a mi baja

estatura. No, ahí no, tengo el sol de frente, intento desplazarme al lado opuesto de la calle pero no logro alcanzarlo. Obligada a filmar de contraluz, cambio el diafragma manualmente, elijo mi sujeto y enfoco. Ya casi está, un poco más abierto, un poco más cerrado, así tendría que estar bien. Me quedo por algunos minutos mirando las pancartas, las banderas y el pasar de la gente. La plaza está tan llena que no cabemos tod*s, tendremos que desplazarnos para hacer espacio a quienes todavía tienen que entrar, pero desde el lado opuesto nos empujan impidiéndonos avanzar hacia allí. Somos muchos y, poco a poco, intentamos desplazarnos para quitar las grillas de contención que nos impiden el paso, sin lograrlo... Bajo del muro, me acerco para tratar de entender lo que está pasando, el sol se esconde y por lo tanto cambio la exposición de la telecámara. ¡Esperemos que no llueva!

¿Pero qué está haciendo esa gente? Miro desde el monitor de la telecámara, aplico el zoom y me concentro en los detalles. Los rostros no me interesan, tomarlos podría resultar comprometedor, y por lo tanto, ¡lo evito!

- *la primera regla del mediactivista es tutelar a las personas que se graba. En cualquier momento, los guardias podrían secuestrar el material de video, y por lo tanto, es mejor no hacerles encontrar tomas comprometedoras para alguien*
- *a algunas personas les da fastidio la presencia de la telecámara: respetar siempre esto y evitar grabar a quien no quiere.*

El clima está agitado, somos much*s y no logro entender bien lo que está sucediendo. ¿Pero qué están haciendo? ¿Por qué corren? Pienso inmediatamente a una carga de la policía. En un segundo, vidrieras/escaparates rotos, supermercados tomados por asalto, automóviles descerrajados, sin duda una buena escenografía para mis tomas, pero mi atención en realidad está en otra parte, capturada por los gritos y aullidos de la gente común golpeada con violencia por la policía. Corro hacia los cordones de seguridad, decidida a ponerme en medio para grabar los bastonazos. Encuentro a una amiga y le pido ponerse detrás de mí para cubrirme las espaldas y sostenerme en el caos de gente que huye; mientras tanto el humo de los lacrimógenos comienza a elevarse y no logro poder filmar usando el monitor para la visión, entonces miro solamente desde la mira y mis ojos no se despegan de ahí, los dos. La tensión sube en un segundo y tener a alguien que vigila alrededor y está detrás de mí, me hace sentir más segura; puedo acercarme aún más e intento mantener la posición lo mejor que puedo, no obstante la situación circundante se ponga cada vez peor. El objetivo me conduce cada vez más cerca, a los rostros y a las expresiones de temor de los manifestantes inermes golpeados salvajemente; en medio de ese desbarajuste veo también a médicos y periodistas.

- *tener a alguien cerca, que te sostiene de las ropas durante los choques permite grabar desde más cerca evitando hacer zoom en exceso. Sobre todo con las telecámaras digitales de mano, hacer mucho zoom rinde la toma desenfocada y movida, y es necesario siempre recordar tener la mano muy firme.*
- *intentar utilizar la mira más que el monitor: ayuda a comprender la situación de la luz*
- *cuando nos encontramos en situaciones difíciles conviene configurar la iluminación y enfoque automáticos para filmar con mayor rapidez*

Siento un poco de miedo e intento superarlo; me repito a mí misma que la elección de estar allí con la telecámara fue mía, y las tomas que estoy haciendo son importantes, por lo tanto, ¡coraje! A tres metros de distancia están golpeando fuertemente a un chico y siento la necesidad de intervenir; grito con todo el aliento que tengo intimándolos a parar, pero al mismo tiempo no logro deshacerme del instinto casi maniaco de continuar a filmar, y entonces, avanzo unos pasos para filmar mejor. "¡¡Apártate que no veo nada!!"... golpes

de adrenalina, no lo pienso, no me doy cuenta, la mano tiene que estar firme apuntando al sujeto, abro el monitor para balancear la imagen y hacer zoom en los detalles. Los sigo: policía, manifestante que se aparta, corre, no lo atraparon, estoy detrás de ellos, saca el bastón, se da vuelta, golpea, golpea, retrocedo, tiene el casco y no lo veo, grito, los sigo y no los pierdo jamás... Un policía se me acerca y, sin que me de cuenta, me rocía algo en las piernas, ¡bastardo! No puedo correr, me arden los ojos, toso, el aire se ha vuelto irrespirable, el gas de los lacrimógenos ahora cubre completamente el oxígeno. No veo más nada, el humo cubre completamente la vista. Me detengo unos minutos, afortunadamente tengo limón y me lo refriego por todo el rostro. ¡Alivio! El cassette en la telecámara todavía no está terminado, pero lo cambio igual, nunca se sabe, las tomas son buenas y no me agradaría perderlas o que las secuestren precisamente ahora.

- cuando se piensa haber grabado algo importante, cambiar el cassette, para esto sirve llevar algunas de más

- llevar siempre limones, ayuda a contrarrestar el odiado lacrimógeno

Miro alrededor, no queda nadie, se escaparon tod*s y me quedé sola. Corro, continúo oyendo disparos, pero no logro comprender bien de dónde provienen. Me hago lugar, alguien me toca desde atrás, ¿quién es?, reconozco a _cloutz, qué alegría verte, un abrazo. Me dice que se encontraba en otra plaza y que logró filmar solamente porque tenía la máscara antigás que yo, en cambio y mientras tanto, he perdido. Dio vueltas sin compañía desde hace una hora y media, juntos decidimos volver, él me sostiene y yo intento filmar nuevamente. Un chico se encuentra solo delante de las guardias, le disparan un lacrimógeno pero él lo para habilidosamente con un escudo; el carabiniere carga y le dispara otro, pero ¡¡el chico cubierto de gomaespuma alza el escudo esquivando también este!! Los guardias están envenenados y le tiran otro, el tercero, es una locura, no puedo creer lo que estoy filmando. ¿Qué quieren hacer? ¿Lo quieren matar? Mientras tanto, otros chicos se acercaron a nosotros, tiran piedras con la intención de cubrir al chico y su escudo, que había quedado solo delante a camionetas y cordones de policía y carabineros, los cuales, enojados por no haber alcanzado su objetivo, se preparan para una nueva espantosa carga. Yo estoy delante con _cloutz que me sostiene de la camiseta, vayámonos, ¡¡vayámonos de aquí que dentro de poco se viene el mundo abajo!! Veo a los guardias acercarse cada vez más, nos damos vuelta y comenzamos a retirarnos. ¡¡Cargan!! No los veo, pero los siento detrás de mí, comienzo a correr. Todos corren pero no hay vías de salida: no corran, estén calmos, grito que no puedo más, tropiezo con un chico que a su vez cayó de una motocicleta, no podemos ayudarlo. Lo siento, detrás de mí percibo los bastones que me rozan y que golpean a sangre a los que me están cercanos. Siento pánico, no doy más, estoy por caer, pero _cloutz me sostiene, ¡¡si no hubiera estado él me habrían pisoteado!! A la derecha, vayamos a la derecha, tomo a _cloutz por la camiseta y lo empujo bajo los pórticos, he visto a alguien pasando a través del portón, lo seguimos y junto a nosotros, otros chicos y chicas golpeados pero de pie. Decido volver al Media Center para poner en red lo filmado. Esta vez, los guardias exageraron, golpearon, dispararon.

- es fundamental difundir, intentar entonces publicar todo lo antes posible

si no se sabe qué computadora se va a usar, llevar consigo el software para la adquisición y montaje de la gráfica

En el Media Center no hay mucha gente, la mayor parte está todavía en la plaza... subo las escaleras, tres pisos con ventanales a los lados, ya perdí la cuenta sobre cuantas veces las subí y bajé en estos días. Entro a la sala con alguna dificultad, no me registré como indy, y por lo tanto, no me quieren dejar entrar... al final paso igualmente y me siento delante de una computadora. Por suerte tengo todos los cables necesarios conmigo y conozco bastante bien el funcionamiento de los programas, y entonces puedo hacerlo sola... La sala

está parcialmente vacía y no conozco a ninguno de los que están presentes. Por el momento, no me preocupa nada, la película que tengo es la única cosa importante, y saco la telecámara del bolso para verla. Finalmente encuentro un tomacorrientes libre (cosa difícil cuando hay computadoras cerca), conecto el fire wire a la computadora y selecciono el programa de montaje. Adquiero rápidamente solo lo que considero verdaderamente necesario, evaluando a ojo para dejar espacio libre en el disco duro a los que vengan después. Montaje veloz y esencial. Exporto. Necesito un programa de compresión para publicar todo en el sitio de Indymedia en formato Real Video.

- *para publicar las fotos en indy se aconseja una resolución de 72 dpi, y un máximo para las dimensiones de 300 x 300 pixels, con 12k promedio. Los formatos aconsejados son .jpg o .gif*
- *si poseen programas de compresión para la web mejor, las fotos pesan menos y la resolución es mejor*
- *es posible subir los videos para visualizarlos en directo (streaming) o en diferido (downloading). Si suben los archivos para downloading, aconsejamos comprimirlos en dvx (a la brevedad se publicará el manual para comprimir en dvx, mientras tanto ir al sitio <http://dvd.box.sk>). Si suben los archivos para streaming y usan Real, comprimir entre los 30 y 40 kbps con dimensiones de 190 x 140 pixels, formato estándar para lograr un streaming decentemente bueno para un modem de 56k. Estas dimensiones y bitrate (bps) también sirven para comprimir en Quicktime .mov*

No oigo llegar la gente a la sala porque estoy concentrada con la computadora. Poco a poco, las cámaras llegan a la base, posicionándose cada una en una PC, algunos sobre sus propias máquinas, otros sobre las que pone a disposición indy, ¡¡qué maravilla!! Me emociona la idea de toda esa gente que carga y descarga videos y fotos, cables que se cambian de tomas, que se desconectan, computadoras que saltan, se cuelgan. Es un gran alboroto, pero todo esto es excitante. Algun*s están en el chat o con el bloc de notas abierto, otros actualizan la columna de indy, otros hablan en un micrófono en correspondencia para la radioweb. ¡¡Apenas llegada a la sala me conecto yo misma a radiogap.net para escuchar en directo las noticias de la marcha!! Ahora tengo que apurarme, quiero volver allá.

Cuántas marchas en estos años, primero las correspondencias telefónicas para Radio Ondarossa, luego el video, y siempre la misma filosofía: become your media [conviértete en tu medio]. No se trata solamente de documentar los eventos, sino de crearlos y participar directamente. ¡¡Esto quiere decir activismo!! Pensando todo esto no me doy cuenta que Nekkah está sentado a mi lado, y me cuenta que en la reunión preliminar de indy del día anterior, además de haber dividido las zonas para filmar, se decidió también recoger y compilar todo el material para un futuro global mix. Discutimos un poco la propuesta, y mientras tanto, la sala se llena completamente. Llegó el momento de salir nuevamente, afuera hay todavía mucho que filmar, y entonces nos organizamos. Nekkah tiene un rol de coordinador y juntos decidimos cómo dividirnos. La idea me gusta, como también estar allí con ell*s... Me preparo de nuevo. El bolso... es más, ¡¡¡¡¡esta vez son los bolsos!!!!

SCP. Actores para telecámaras de vigilancia

Bitsurs y Lorenzo Maiorino, SCP

Los SCP (Surveillance Camera Player) son una identidad colectiva constituida por grupos de personas que realizan acciones callejeras, combinando teatro y protesta: realizan espectáculos delante de las telecámaras de vigilancia para oponerse a su uso. De este modo desarmen el lugar común que dice que "quien no quiere ser vigilado tiene algo que ocultar": ellos de hecho recitan sin máscara precisamente delante a los ojos del Gran Hermano, demostrando que la vigilancia de los lugares públicos es peligrosa para la sociedad civil.

Control y Democracia son extremos enemigos entre sí: la vigilancia lesiona las libertades individuales allí donde cualquiera puede ser fácilmente controlado. Este problema se agravó después del atentado del 11 de Septiembre. El uso masivo de instrumentos para el control y la vigilancia, conjuntamente con la capacidad de registrar, confrontar e cruzar entre ellos los datos registrados, rinde posibles escenarios que superan ampliamente la percepción cotidiana. El mensaje que lanzan los SCP es que el riesgo de una sociedad no más democrática es fácilmente manipulable y decididamente tangible y se repropone cada día, en toda su paralizante actualidad.

Los gobernantes de muchos países -EE.UU., Canadá, Francia, Inglaterra, Italia, Alemania e Israel, para nombrar algunos-, han cínicamente usado el pretexto de "combatir el terrorismo" para aumentar drásticamente su poder de coerción a todos los niveles de operatividad (mediante departamentos de policía local, fuerzas nacionales militares, inteligencia y operaciones internacionales) y han utilizado este creciente poder para financiar guerras ilegales ya sea contra sospechosos "terroristas internacionales", ya sea contra legítimos disidentes políticos y activistas en sus países. De igual modo, las campañas de comunicación sobre la seguridad, hechas en Italia durante la pasada época electoral, han falseado la percepción social de la criminalidad. El miedo social fomentado de esta forma, ha permitido que se constituyan y se realicen paradigmas de control social urbano fuertemente anti-democráticos. Para los SCP la vigilancia no sirve para reducir el crimen, ni tampoco para combatir el terrorismo, sino para mantener el actual statu quo; es decir, para mantener, o bien producir, desigualdad social. Estos motivos han impulsado a las "personas comunes" a improvisarse como actores de las telecámaras de vigilancia.

Los SCP utilizan mucho internet: el sitio www.notbored.org/the-scp.html es un óptimo punto de partida (véase también www.mediaeater.com) para quien quiera tener más información y comenzar a desarrollar actividades de anti-vigilancia en sus propias ciudades. El primer grupo de SCP fue fundado en Nueva York, a mediados de los años 90. Su nacimiento está señalado por un documento disponible en red (www.notbored.org/transparent.html) denominado *Time in the shadows of Anonymity – Fighting against surveillance cameras, transparency and global capitalism* [El Tiempo en las sombras del Anonimato – Luchando contra las cámaras de vigilancia, transparencia y capitalismo global]. Con este documento, el primer grupo de SCP lanza los motivos de su oposición al régimen global y totalitario de la "transparencia". En otro documento, escrito poco después del nacimiento del grupo de Nueva York (www.notbored.org/artaud.html), los SCP describen cómo intentan oponerse al "régimen de la transparencia": el teatro es la forma de su lucha. En líneas generales, se puede decir que se inspiran en el teatro de la crueldad de Antonin Artaud (1896-1948), pero esta referencia no es una elección de estilo: se deriva -más que por otra cosa- por la necesidad de obtener la máxima repercusión con un acto creativo público. Las representaciones callejeras tienen que ser simples, directas e involucrar a los transeúntes hasta su misma identificación en el rol de los actores de las telecámaras de vigilancia. Durante los espectáculos, se indica a los transeúntes las ubicaciones de las telecámaras y se distribuyen volantes que informan sobre quién y por qué esta haciendo un espectáculo en esa zona de la ciudad. Generalmente una performance no dura mucho (diez minutos), y es preparada y probada en el lugar (por ejemplo, una plaza video-vigilada) precisamente para rendir evidente la poca diferencia

entre los actores (ocasionales) y el público callejero.

La estrategia de los SCP es la de adquirir visibilidad pública para sensibilizar a la gente común y ponerla en guardia sobre los peligros de la "transparencia"; y para lograr hacer esto es necesario ser "amigo de los medios". Precisamente el "placer de ser mirados" ha hecho a los SCP bastante famosos: las acciones del grupo de Nueva York fueron reproducidas varias veces en los periódicos locales y nacionales y también por los canales televisivos. Poco a poco se difundió la voz, aparecieron otros grupos, en Estados Unidos pero también en Europa: en Francia son muy conocidos los "Souriez! vous êtes filmés" [sonría, lo estamos filmando] (svef.free.fr), mientras que en Italia están activos los Out of control [fuera de control] y los SCP de Bolonia (bo-it-scp.freezope.org).

Hasta el momento, varias performance de los SCP fueron reproducidas por las telecámaras presentes en las calles de Bolonia: desde junio de 2001, cuando Bill Brown (fundador del grupo de Nueva York) estuvo en la ciudad, la práctica de recitar delante de las telecámaras de vigilancia no es extraña. A menudo se representan piezas de teatro originales, así como también reinterpretaciones de piezas clásicas. En abril de 2002 se representó por primera vez *Hint*, un espectáculo que nace de una idea comunicativa del grupo boloñés. *Hint* es el acrónimo de "Hint Is Not Television" (hint en inglés significa sugerencia, consejo): un rumor urbano desmitificador de los modelos propuestos en televisión, o en los carteles publicitarios, o también en los supermercados... *Hint* cuenta una historia breve: un hombre está frente a los resplandores de nuestra sociedad, hechos de eros a buen precio, de pocas dudas y muchas certezas, hechos en resumen, de mucha televisión. De repente, este hombre sintoniza un canal nuevo: precisamente *Hint*; y descubre el diálogo con el prójimo, y todo su mundo, que era producto televisivo y artificial, se hace real, vívido, humano, urbano.

Lamentablemente después de los episodios del 11 de septiembre de 2001, vivimos en un estado de guerra permanente. Hoy que la militarización global sufrió un fuerte aumento, toda nuestra creatividad está comprometida con la transformación de este proceso: queremos ser libres del control y de la transparencia, mientras que queremos globalizar el derecho a la privacidad y al anonimato. En otras palabras, aunque si los hechos ligados al 11 de septiembre han reforzado nuestras convicciones, y la lucha continúe siendo sustancialmente la misma, nuestros planes de acción tienen que ser ajustados cotidianamente con la omnipresente "lucha al terrorismo" y la "política de la seguridad". Seguramente en este clima político no es fácil acondicionar nuevas lógicas disuasivas. Pero el "imperio" teme a nuestras formas de lucha: el sitio norteamericano de los SCP está constantemente monitoreado por la inteligencia de diversos países y esto significa, por lo que parece, que las actividades de los SCP dan en el blanco.

Para agravar las cosas, la red de los grupos ligados a los SCP está preparando, por iniciativa del grupo de Nueva York, la segunda jornada contra la video-vigilancia, precisamente en coincidencia con el aniversario del 11 de septiembre (en el 2001 la iniciativa fue desarrollada el 7 de septiembre). En la primera jornada contra la video-vigilancia participaron veintitrés grupos diversos que hicieron sus performance delante de las telecámaras de vigilancia en ocho países diferentes. Naturalmente, el evento pasó a segundo plano apenas tres días después... La segunda jornada contra la video-vigilancia fue lanzada en junio de 2002 gracias a las listas de discusión con las cuales los grupos de actores se coordinan entre sí (la lista de discusión italiana se encuentra en groups.yahoo.com/group/scp_bologna_italy).

4. Radio-actividad. Un medio en continua evolución

La evolución de la radio. El futuro político y tecnológico

Vito Di Marco

La radio es un medio extraño, tantas veces a punto de sucumbir de frente a las nuevas innovaciones de los medios de comunicación de masas, y en cada oportunidad ha sabido cambiar la piel para sobrevivir. Mirándolo bien, la radio es el único medio que parece tener en su esencia una capacidad "de evolución", la capacidad de adecuarse a los tiempos, a los gustos y al consumo. La radio, en un siglo de vida, ha sabido utilizar en su propio beneficio, las innovaciones que tendrían que haberla relegado a un rol secundario. Ya sucedió con la televisión, el teléfono y, por último, está sucediendo con Internet.

La convergencia entre diversos lenguajes encontró en la radio el terreno para producir no únicamente una hibridación, sino también nuevas formas de narración, nuevos lenguajes. La utilización de los periódicos, el zapping televisivo, la comunicación telefónica en directo, la interacción en tiempo real con los oyentes a través de los sms [servicio de mensajes a teléfonos móviles], produjeron un nuevo lenguaje radiofónico, format, programas que se convirtieron en modelos fijos en todas las grillas de programación de las estaciones de radio. Pero la convergencia radio-red todavía no produjo una novedad radiofónica relacionada al lenguaje del medio. El uso de la red se ha convertido en una parte esencial del sistema productivo de la radio, trayendo enormes ventajas cualitativas sobre todo en las pequeñas emisoras. La red logró superar los límites impuestos por las frecuencias analógicas, permitiendo la reproducción en línea de la emisión por éter normal y convirtiendo en sin límites a la audiencia de cualquier emisora radiofónica. Además, la red permite la creación de canales de radio exclusivamente en línea, que se pueden realizar con tecnologías de bajo presupuesto, multiplicando las posibilidades de comunicación.

La radio está utilizando a la red, desplegando todas sus potencialidades, pero no se dejó contaminar todavía, no ha cambiado la piel. La convergencia está en pleno desarrollo, y todavía es muy pronto para decir si y cómo la red cambiará el modo de hacer radio. Es útil, en cambio, observar los experimentos que se han realizado estos últimos años, limitándonos en este caso, a las experiencias que se desarrollaron en Italia.

El caso Italia.

En el campo radiofónico, Italia representa una anomalía positiva. Algunos datos para comprender esto: en Gran Bretaña, las estaciones de radio FM son 162, en Alemania 169 y en Italia son 1.100; había 4.204 en 1.984. Nuestro país está en segundo lugar en el mundo, después de EE.UU. con sus 10.000 estaciones radiofónicas. Una propuesta radiofónica muy rica, con un fuerte rol de las radios locales. Además, la radiofonía privada italiana con sus 25 años de historia es un fenómeno joven. En pocas palabras, un fenómeno que sufrió golpes mortales por una legislación (la controvertida ley Mammi de 1.990) que ha establecido, sine die, la "ley del más fuerte", donde por fuerte se entiende la disponibilidad de recursos financieros. Pero el efecto más negativo producido por la ley Mammi fue que hizo imposible, después del 90, el nacimiento de nuevas emisoras radiofónicas. La única alternativa era comprar, a precio elevado, las frecuencias de una radio existente o, al menos, renovar la propuesta editorial y musical de una vieja radio. En esta situación de congelamiento, la red tuvo como efecto el relanzamiento de una época pionera del hacer radio.

Radio Gap.

Radio Gap no fue la primera radio Internet italiana, pero seguramente lo es como la experiencia radiofónica que produjo imaginario y más números de contacto, demostrando que es posible

realizar una convergencia entre radio y red, desde abajo, con escasos recursos económicos, pero con una notable calidad radiofónica y un gran éxito de público.

El proyecto Radio Gap (Global Audio Project) nace de la puesta en red de siete radios comunitarias y una agencia radioperiodística en línea. El objetivo es realizar una red de radios comunitarias, que trabaje en la realización de una agencia radiofónica sobre la web, con servicios de información descargables en forma libre y gratuita ya sea por usuarios personales como por radios que no forman parte activa de la red. Las radios, Onda d'Urto de Brescia, Black Out de Turín, las tres de Bolonia: radio K Centrale, Città 103 y Fujiko, Onda Rossa de Roma y radio Ciroma de Cosenza, constituyen el esqueleto territorial de Gap con sus frecuencias FM, la agencia Amisnet ayuda a completar el pasaje a la red. Radio Gap comenzó sus transmisiones el lunes 16 de julio de 2.001, desde el Media Center del Genoa Social Forum. Es inútil decir que el contexto en el cual se realizó el bautismo de una experiencia de comunicación como Radio Gap es, sin duda, irrepetible. El valor político, la centralidad mediática, la participación popular de Génova 2001, la presencia de una radio y una redacción numerosa y motivada en el lugar de los eventos, permitieron que Radio Gap se materializara en esos días y fuera percibida como la radio del movimiento.

Después de Génova, el trabajo de Radio Gap continuó. Lo demuestra el sitio, www.radiogap.net, corazón del proyecto, que recoge todos los materiales producidos desde Génova en adelante. En ocasión de la cumbre Fao, desarrollada en Roma en junio de 2.002, la red de Gap produjo un sitio en varios idiomas (francés, inglés, español e italiano), con entrevistas, desarrollos y fichas informativas. Hoy, el sitio de RadioGap, representa sin duda la experiencia más interesante de convergencia radio-red, por la riqueza de los contenidos y la facilidad de uso de los archivos de audio. Sostengo esta afirmación teniendo en cuenta que RadioRai ha inaugurado su portal Internet en la primavera de 2.000, pero el inmenso patrimonio de archivo y las producciones cotidianas de su mastodóntica maquinaria periodística todavía está casi inaccesible para su usufructo en línea.

College Radio.

Facoltà di Frequenza es la única experiencia italiana de radio universitaria. En 1.998, la Università degli Studi de Siena comienza el proyecto de realización de una radio de ateneo, en septiembre de 2.000 inicia las transmisiones la radio FdF, en simulcasting, vía éter en 99.450 Mhz y en línea desde el sitio www.facoltadifrequenza.it.

En realidad, la experiencia de Siena tiene diversas peculiaridades con relación a las radios anglosajonas colegas. Aquí la radio emana directamente de la Universidad, el director responsable es un docente universitario. La elección de transmitir por éter, demuestra no solamente la fuerte inversión económica que la universidad ha decidido cumplir, visto los precios del mercado italiano. Sino que la particular condición de "campus urbano", ubicado en el centro histórico de la ciudad, tiene el efecto de modificar la misión de la College Radio, desde el momento en el cual se dirige a un público general, ciudadano, no encerrado en el recinto de la Universidad. Esto determina una precisa elección editorial. La grilla de programación está dividida en una parte "Institucional", por la mañana, con información sobre la vida universitaria y ciudadana; y una parte "autogestionada" por y para los estudiantes, por la tarde y por la noche, con contenidos musicales y entretenimiento.

Como funciona el simulcasting. "La señal estéreo que proviene del mixer es elaborada en input [entrada] por la tarjeta de sonido de una PC dedicada gracias a un plug-in de codificación Mp3, el conocidísimo Shoutcast, en tiempo real. A través de la dirección IP de la máquina servidor, la señal comprimida en calidad mono 24 Kbit/s y con una frecuencia de 22 Khz, es capturada por el servidor de Live365 (www.live365.com) que procede a redirigirlo en manera estática a dos diferentes direcciones de red. En el sitio de la Facoltà di Frequenza existe una sección dedicada a la audición. Dentro del código

Html de la página se ha creado un enlace a un archivo playlist (*.pls) en el cual se ha colocado el IP brindado por Live365. De este modo es posible, a través de la suscripción múltiple en el portal norteamericano, tener más de un canal disponible para sostener el acceso simultáneo de varios usuarios. La baja calidad de la codificación de la señal se comprende en términos de recursos de banda necesarios para el usuario y de la potencia de la máquina servidor de streaming".

(Redacción radio Facoltà di Frequenza)

Radios Pirata en Italia.

Obviamente, además de comprar frecuencias o revigorizar una vieja emisora, la otra posibilidad que queda es dar vida a una radio pirata. El significado del término "radio pirata" ha cambiado diversas veces en el curso de los últimos decenios, modificado por las diversas estrategias y elecciones realizadas por los legisladores.

En el imaginario colectivo, el término "radio pirata" evoca los emprendimientos de las radios off-shore, ubicadas a inicios de los años 60, en naves mercantiles y andadas a lo largo de las costas del norte de Europa en aguas internacionales. Las empresas de Radio Merkur, radio Caroline o radio Veronica, estaban financiadas por grupos con notable disponibilidad de capitales, apoyadas a menudo por las casas discográficas norteamericanas que, de este modo, desafiaban al monopolio de las radios nacionales europeas, BBC a la cabeza, para abrir un nuevo mercado a la naciente música rock norteamericana y a los consiguientes estilos de vida y de consumo. Las grandes redes nacionales europeas se vieron obligadas a cambiar.

Italia no conoció un fenómeno similar, pero dos radios extranjeras produjeron un efecto similar, radio Montecarlo y radio Capodistria, que ubicadas en los límites occidental y oriental del norte de Italia, irradiaban a todo el centro-norte, rompiendo el monopolio Rai.

Radio pirata significaba, y significa aún hoy, transmitir sin ningún tipo de autorización, pero en el ambiente de los radioaficionados y de los mediactivistas, significa sobre todo, no desvelar la propia identidad y ubicación.

Italia constituye un caso por sí mismo en el panorama de las radios pirata. Se deben considerar radios pirata, a las radios libres italianas antes de la primera sentencia de la Corte Constitucional del 76, que sancionó el final del monopolio Rai. No obstante el alto número de radios locales, la elevada densidad de emisoras en las áreas urbanas y las características territoriales del país, no se ha producido nada asimilable al fenómeno norteamericano de las transmisiones de baja potencia (10 Watts), y que dio vida al mito de Free Radio Berkeley.

Esto no significa para nada que no existan radios pirata en Italia, muy probablemente en este preciso momento hay al menos una decena de transmisores encendidos a lo largo de la península que transmiten el deseo de comunicar de personas o grupos. Aún sin convertirse un fenómeno que haya interesado a la opinión pública, como sucedió en otros países, hay por lo menos dos importantes casos recientes de radios "ilegales" en Italia. Ilegales y no piratas porque ambas declararon públicamente la sede de las transmisiones. En 1.992 Radio Onda Diretta transmitió durante un año y medio desde el centro social Leoncavallo de Milán, con una buena potencia de emisión sobre la ciudad, para protestar contra la ley Mammi. En el segundo caso, se trata de Radio Gap, que con una conferencia de prensa del portavoz del Genoa Social Forum, Vittorio Agnoletto, el mediodía del jueves 19 de julio de 2.001, anunciaba el encendido de una frecuencia FM sobre Génova, para violar la "zona roja".

Reglamentos, liberticidios.

En realidad, hay un centenar de radios pirata en Italia, son las radios en línea. Pocos saben que en Italia, aún para abrir un canal de radio en la web, desde 1.999 es necesario tener una "Licencia experimental para el uso en redes telemáticas de obras musicales tuteladas por la Siae". La Siae posee un Departamento Multimedia para tutelar los derechos de autor de los

repertorios musicales utilizados en redes telemáticas y en los nuevos sistemas basados en la convergencia entre Internet y telefonía móvil. De hecho, un modo para cobrar beneficios provenientes de la red. Y vistas las tarifas, las intenciones son cobrar bastante. La licencia Siae sirve para diversas cuestiones. En primer lugar para reproducir, a través de la carga de archivos en un banco de datos (uploading), las obras del repertorio musical tutelado por la SIAE. En segundo lugar, sirve para difundir estas obras a través de las redes telemáticas y de telecomunicación. En los hechos, se trata de la difusión y audición en línea (streaming); y para poner a disposición del público las obras mismas, que pueden ser descargadas en la memoria de las computadoras (downloading).

Las tarifas están establecidas de este modo: para el streaming: para las actividades de webcasting y para el download gratuito se estableció un porcentaje del 7%. Se han previsto mínimos mensuales diferenciados en base a las tipologías de los usuarios y del uso de los repertorios. Por cuanto se relaciona con el download de tipo pago, la descarga de archivos musicales tiene un canon del 12% del precio pagado por el usuario, con una compensación mínima de 20 centésimos de Euro. Además está prevista una caución.

¿Quién debe pedir la licencia? La licencia se tiene que solicitar en todos los casos en los cuales, la utilización de música o de otras obras tuteladas en Internet, se realice por ejemplo bajo una de las siguientes formas:

- sitios "portales" que ofrecen a los usuarios acceso dirigido a la red, con oferta de canales temáticos dedicados a la música y otros repertorios tutelados por la SIAE;
- sitios que efectúan la difusión en streaming (webcasting) de temas, video clip, conciertos y otros eventos musicales, en vivo o diferido;
- sitios que desarrollan actividades de promoción, distribución y venta mediante descarga de archivos musicales, con cualquier tipo de formato de compresión;
- sitios que utilizan sistemas basados en la plataforma tecnológica WAP o similares para la transmisión en redes telemáticas y de telefonía móvil y fija, con la articulación en "columnas" autónomas dedicadas a la música;
- servicios brindados a los usuarios a través de la telefonía móvil.

En cambio, las radio Web, entendidas como la transposición en línea de la emisión de una radio común en modulación de frecuencia, están reguladas por las convenciones Siae que ya cubren el uso de los temas musicales para la difusión en éter. Imponiendo obligaciones para el uso de la red – con inicio en la ley sobre editoría que introduce el registro de los sitios como piezas periodísticas y prosiguiendo con la extensión de la tutela Siae sobre la música-, se hace avanzar también en Italia una tendencia legislativa hacia la restricción de los espacios de libertad. En los EE.UU., y siempre en nombre de la tutela de los derechos de autor en la red, de hecho se está intentando el cierre de millares de radios web. Los gigantes discográficas, después de haber destruido Napster, lograron hacer votar al Congreso norteamericano una ley (que entrará en vigor el 20 de octubre de 2002, ver www.fcc.gov) que impone un canon para cada tema musical transmitido en línea. Nada nuevo, si no fuera porque el canon no va a ser más calculado en base a un porcentaje sobre el balance de la emisora, en este caso el sitio, sino que tiene que corresponder a una cifra fija por cada usuario que accede al sitio. Ahora, todos saben que no hay ninguna relación directa entre el número de usuarios que acceden a un sitio y su provecho económico. Con la paradoja que la gran mayoría de las radios web norteamericanas se verían obligadas a pagar en concepto de derechos, cifras más altas que las entradas que logran realizar en un año a través de publicidad y patrocinio.

Dab. ¿El futuro posible para quién?

Una nube llamada Dab (digital audio broadcasting) amenaza el futuro próximo de la radiofonía italiana. Italia es el único país europeo que ha sancionado por ley la fecha del final de la actividad de la frecuencia modulada (FM) para pasar, desde el día siguiente, a la transmisión digital. La ley 66/2001 establece que las transmisiones digitales tienen que estar en regla el 31

de diciembre de 2.006. Ningún operador del sector está dispuesto a apostar ni medio centavo sobre el respeto a los términos fijados por ley, y también sobre la eficacia de una tecnología que ya existe desde hace varios años. Pero más allá de los tiempos, las preguntas que deben plantearse son: ¿qué efecto tendrá la introducción del Dab en la riqueza de voces de la radiofonía italiana? ¿Las pequeñas radios comunitarias locales podrán sostener los costos de la adecuación digital? ¿Puede una tecnología, introducida para aumentar el número de los operadores aumentando la disponibilidad de frecuencias, tener un efecto de empobrecimiento en la oferta radiofónica? Estas preocupaciones, podrán convertirse en una triste realidad italiana si no se decide salvaguardar la polifónica radiofonía de nuestro país.

Qué futuro para las transmisiones internacionales de onda corta

Andrea Borgnino ("Golem", RadioUnoRai, "IIManifesto")

Para la mayor parte de las personas, el mundo de la radio está representado por una serie de emisoras locales o nacionales que se pueden escuchar en frecuencia modulada o en banda de ondas medias [amplitud modulada]. Sin embargo, existe un mundo paralelo hecho de grandes estaciones que ofrecen sus programas a una audiencia sin límites, que usufructúa plenamente la posibilidad de transmisión de larga distancia ofrecida por el éter. Este es el mundo de las emisoras internacionales que transmiten en onda corta y que tienen la característica de ofrecer grillas de programación en diversos idiomas para un público que está acostumbrado a sintonizar estaciones que se encuentran a millares de kilómetros.

En los últimos diez años, la oferta de este tipo de emisoras, que se pueden recibir en la banda de ondas cortas, está en continua disminución y prácticamente cada año se asiste al abandono de las transmisiones de larga distancia por parte de una nueva emisora. Solamente a inicios de este año 2.002, la emisora Radio Norway abandonó las transmisiones y, tanto Radio Austria Internacional como Radio Canadá se encuentran en desastrosas condiciones económicas, lo que condicionarán en breve sus respectivas grillas de programaciones. Pero el cierre más impactante fue el realizado por la Bbc WorldService, el 1 de julio de 2.001, cuando fueron interrumpidas las transmisiones de onda corta hacia Norteamérica, Australia y Nueva Zelanda. Los motivos de estos cierres a menudo dependen de varios factores y cambian según la emisora, pero principalmente se trata de problemas económicos que rinden muy costosas las transmisiones de onda corta, un privilegio demasiado caro para los balances de las emisoras internacionales. Para alcanzar una audiencia mundial, de hecho es necesario transmitir con mucha potencia desde grandes centros de radio que tienen enormes costos de gestión. En nuestro país, hay solamente dos centros de transmisión de este tipo, administrados por Rai International y por la Radio Vaticana.

El final de la guerra fría, además ha cambiado las relaciones entre muchos países, acercando los dos polos del mundo y convirtiendo en inútiles a muchos programas y muchas estaciones de radio que eran utilizadas solamente para propaganda. Las grillas de programación de muchas emisoras, entonces, fueron reducidas y transformadas hacia un tipo de programación dirigida hacia las noticias. Los cortes principales de las grillas de programación fueron realizados en las transmisiones multilingües, las que permitían a un país transmitir sus propias informaciones y su propio pensamiento en decenas de idiomas diferentes. Ahora se prefiere producir transmisiones en idioma nativo acompañadas a menudo por una o más citas en inglés, francés, alemán o español.

La difusión del acceso a Internet constituye otro punto a favor para quienes quieren reducir las transmisiones de ondas cortas. La mayor parte de las estaciones internacionales ya han implementado sitios en diversas lenguas que permiten escuchar en red en modalidad *on demand* [bajo petición] de sus programas. Es el caso de Radio Suiza Internacional, que en el año 2000 lanzó el sitio www.swissinfo.org que ofrece la versión telemática de los programas de radio. En la presentación del sitio, esta emisora anunció que culminará las transmisiones de onda corta en todo el planeta. Según los responsables de Radio Suiza Internacional, Internet permite a todos recibir informaciones, mientras que las ondas cortas ya no ofrecen un servicio de calidad a causa de los problemas de propagación y de la baja fidelidad de la señal recibida por los oyentes.

Muchas emisoras también han elegido sustituir las transmisiones internacionales con la difusión vía satélite. Este tipo de difusión permite cubrir amplias zonas del planeta con una óptima calidad de audio y con un gasto muy reducido. La difusión vía satélite permite utilizar ya sea plataformas analógicas como digitales, ambas brindan la garantía de una elevada calidad de recepción, pero aumentando el costo con la estación receptora que cada usuario tendría que usar para sintonizar los programas.

Tanto la elección de implementar un sitio multilingüe como la de transmitir vía satélite no

permitirán sustituir la característica especial de las transmisiones de onda corta: la movilidad. La miniaturización de los aparatos receptores permite recibir, a través de las ondas cortas, informaciones y programas en cualquier punto del planeta. Este tipo de receptores es muy conocido para quienes deben realizar viajes internacionales a menudo y quiere "llevar encima" la voz de su propia emisora nacional. La venta de este tipo de receptores parece no haber entrado en crisis ante Internet y los nuevos medios de comunicación digital. De hecho, según los datos reportados por World Radio Tv Handbook 2002 en los últimos dos años, se han batido todos los records de producción de receptores portátiles para ondas cortas. La Grundig por ejemplo vendió, en un año y solamente en el mercado norteamericano, más de un millón de aparatos receptores; mientras que la fábrica china Tecsun, que produce receptores para famosas empresas europeas, alcanza picos de producción de 300.000 receptores por mes. El invento de la radio "a manivela", creada por la sociedad inglesa BayGen, también superó el límite de la alimentación eléctrica; ahora un receptor de ondas cortas puede ser alimentado por quien lo utiliza, que de este modo puede usarlo en el desierto o donde no haya posibilidades de usar pilas o alimentación eléctrica.

Para escuchar las emisoras a través de Internet y para la recepción de transmisiones satelitales es necesario, en cambio, una ubicación fija y electricidad, además de un costo muy elevado para la tecnología de recepción que, en lo relacionado a escuchar vía Internet, se tiene que incluir también el costo de conexión. La elección entre estos dos tipos de transmisiones está indicada por cuestiones económicas más que por la necesidad de efectuar una real actualización tecnológica, en cuanto ni Internet ni las transmisiones satelitales garantizan una real difusión global de la señal.

Para suplir la efectiva baja calidad de la señal de las transmisiones internacionales de onda corta, un conjunto de emisoras fundó en 1999, un grupo de trabajo denominado DRM (Digital Radio Mondiale) con el encargo de crear un sistema de transmisión que permita tener señales de calidad digital para escuchar en todo el globo. Este sistema tendría que permitir "digitalizar" las transmisiones internacionales dando a los oyentes la posibilidad de tener una mejor calidad de audio con el adjunto de un sistema de transmisión simple de textos muy similar al Rds, que ya funciona en banda FM. Las principales estaciones internacionales están experimentando esta tecnología con transmisiones experimentales y con encuentros periódicos de técnicos para elaborar un estándar. Una de las ventajas principales del DRM es la plena compatibilidad con los actuales sistemas de transmisión, que tendría que permitir el inicio del servicio a los usuarios a partir del 2.003, con la difusión también de los primeros receptores DRM.

Junto a los experimentos digitales, no obstante continúa la expansión de las grillas de programación de algunas emisoras hacia determinadas zonas del planeta. Si Europa y EE.UU. no se consideran más "interesantes" para el público onda corta a causa de la elevada difusión de Internet y de los sistemas de recepción satelital, algunas zonas del planeta están siendo consideradas muy interesantes por quienes planifican los presupuestos de las emisoras internacionales. BBC y Voice of America están considerando construir nuevas instalaciones de transmisión para Asia y Medio Oriente, y el reciente conflicto en Afganistán aceleró esta decisión programática (muchas emisoras cambiaron las grillas de programación pocas horas después del primer ataque a Kabul, el 7 de octubre de 2.001, aumentando las horas de transmisión en los dialectos Farsi y Urdu, para informar al pueblo afgano lo que estaba sucediendo). También desde el punto de vista tecnológico, los países del tercer mundo están siendo considerados interesantes a un punto tal que fueron la sede de lanzamiento de la nueva tecnología de difusión satelital WorldSpace. Este sistema funciona gracias a tres nuevos satélites que están ubicados sobre Africa, sobre América del Sur y sobre India. Las transmisiones están realizadas en digital y pueden escucharse solamente con un receptor dedicado que cuesta alrededor de 200 dólares. El sistema tiene como principal interés el relanzamiento de la difusión masiva en el tercer mundo y la realización de la primera plataforma mundial de difusión satelital digital. Los altos costos de los receptores hicieron abandonar el primer objetivo y la red WorldSpace podría ser utilizada en breve para servicios de pago que deberían resarcir a la empresa por los

altísimos costos del lanzamiento de los satélites. En estos países, las ondas cortas parecen jugar todavía un rol muy importante principalmente por la facilidad de recepción y por la posibilidad de transmitir a larga distancia.

Un párrafo aparte parece ser el del uso político y propagandístico de las ondas cortas. Los recientes análisis realizados por el investigador de medios alemán Mathias Kropf, de la emisora Deutsche Welle (estación de radio que transmite los programas para el extranjero desde Alemania hacia todo el planeta) parecen, no obstante, dar una nueva vida a este instrumento y sobre todo indica una serie de novedades a quien cree todavía en la "guerra del éter". Uno de los datos más interesantes de esta investigación es el número de horas de programas "dandestinos" que fueron producidas, en el año 2.001 hubo un incremento del 4,7 por ciento de las horas de transmisión. Lo más interesante es que este dato había tenido una evolución negativa a partir de 1.990, el año siguiente a la caída del Muro de Berlín. El año pasado marca, entonces, la inversión de tendencia alcanzando el número de 1.432 horas de transmisiones "dandestinas" por semana.

Otro dato muy importante que señala la investigación de Mathias Kropf es el brusco cambio del área hacia la cual están dirigidos la mayor parte de los programas "grises". La zona más enfocada es, efectivamente, el continente asiático, y al contrario, están disminuyendo los programas hacia Africa y el resto del mundo.

Y son 21 los nuevos países "target" [objetivos de destino] de los programas dandestinos, entre los cuales cabe destacar Vietnam, que no aparecía en esta lista desde finales de los años ochenta. El país más activo, y el que recibe el mayor número de programas dandestinos continúa siendo Irak, que tiene a disposición 367 horas de programas semanales producidos por países o grupos políticos que quieren perturbar el régimen de Saddam Hussein. También en este caso la programación ha aumentado ocho horas semanales, principalmente en los últimos meses del año 2.001, a causa de una probable represalia norteamericana contra este país.

Los otros dos países que están en la parte superior de esta lista son Corea del Norte y, naturalmente Cuba, que recibe cotidianamente numerosas estaciones dandestinas, operadas por el Gobierno de los Estados Unidos, que transmiten desde la vecina Florida. El aumento de este tipo de transmisiones permite entender la importancia de las ondas cortas como un instrumento indispensable para alcanzar grandes zonas de nuestro planeta, donde todavía es imposible pensar en una difusión real de los nuevos medios "digitales".

El futuro de este medio de comunicación está, por lo tanto, en manos de quienes deben realizar las elecciones estratégicas para las grandes emisoras internacionales. La elección de cerrar las transmisiones de radio cambia radicalmente la tipología de estas emisoras: realizar un sitio Internet o difundir vía satélite es una modalidad factible para la mayor parte de las radios nacionales que nunca tuvieron intenciones de tener una audiencia mundial.

Pero existe una audiencia mundial, y la prueba son las manifestaciones que se realizaron después del cese de las transmisiones de la BBC de julio de 2.001. El sitio www.savebbc.org aún recoge los millares de apelaciones de personas, sobre todo norteamericanos y australianos, que no obstante tengan fácil acceso a Internet y a centenares de radios locales, escuchaban cada día, el clásico "This is BBC from London" [Esto es la BBC desde Londres] en su radio de onda corta.

Ponencia en el congreso sobre la radio de la Universidad de Siena, 23 de noviembre de 2001

Minima memoranda. El movimiento de las radio mini-FM en Japón

Tetsuo Kogawa (N5M3 Workbook, anarchy.k2.tku.ac.jp/radio)

Traducción al italiano de FRNK, Infoxa

La idea benjaminiana de la "recuperación filosófica de los fragmentos" nos ofrece una base para utilizar en modo estratégico la tecnología predominante, decostruir el sistema de poder que tal tecnología sustenta. * Los actuales dispositivos electrónicos están hechos de módulos que pronto se convertirán en chatarra sin valor. Considerando la potencialidad híbrida, inclusive estas chatarras pueden ser rescatadas y convertirlas en módulos totalmente nuevos, los cuales podrían llevar a diferentes funciones y contextos. Esto es lo que sucedió con los transmisores mini-FM. * El movimiento de las mini-FM se inició como la versión japonesa de las radios libres francesas e italianas de fines de los años 70, pero al mismo tiempo era una contraparte de los fascinantes "nuevos medios" japoneses de los años 80, los cuales todavía eran incapaces de transponer sus propias características digitales en una representación. * La radio libre era libre del estado de control o de las radios de masa de los años 70. Como sea, aún estas últimas iniciaron a absorber elementos de las radios libres. En los años 90, Internet decretó el final de la verdadera función de las radios libres. * Las técnicas publicitarias como la "segmentación del mercado" se han desarrollado con el método del "narrowcasting" (transmisión para audiencias reducidas) y de los multi-canales. * Cuando las mini-FM descubrieron que nadie las escuchaba, aprendieron verdaderamente cual era su potencial radical de "micro-revolución". * La radio es una arquitectura invisible de ondas y logra crear un "arte público" en la época post-pública. * La paradoja de la tecnología es que cancela la "corporeidad" y al mismo tiempo la vivifica. Esta diferencia refleja la dicotomía "hi-tech" / "low-tech" (alta tecnología e baja tecnología). * La palabra "baja", en la expresión "baja tecnología", significa económica. No tiene nada que ver con una presunta inferioridad respecto a la alta tecnología. * La economicidad, en última instancia, se refiere a un sistema no lucrativo. Una sociedad post-capitalista en la cual la ganancia entendida como "exceso de respuestas más allá de las ofertas", se alterna con una "circulación externa" de información. Hoy el Capitalismo de la Información es el inicio del próximo escalón que indica el final de la forma del Capitalismo clásico. * El hi-tech no es "alta comunicación", porque puede y quiere existir sin el cuerpo humano. * La "corporeidad" no consiste en órganos, pero existe "sin órganos". Es invisible, como el aire y las ondas, mientras que el cuerpo y los órganos son visibles. * El cuerpo reinterpretado según la perspectiva de la "corporeidad invisible" tendría que ser escuchado, más que visto. * Para escuchar esta "corporeidad" no necesitamos las voces. La voz de la corporeidad es el silencio. La expresión gestual y el gesto son más íntimos respecto a la corporeidad de cuanto lo sea la voz. La voz es una mera representación de la corporeidad. Cada cuerpo puede comunicar en resonancia. La resonancia no intercambia información, sino que sincroniza los cuerpos. * El medio resonante no intercambiará nada. Creará una nueva emoción, lo que cambia el espacio emocional dominante. * Cada persona tiene sus propios sentimientos. La emoción es la resonancia de un determinado sentimiento. Pero demasiados sentimientos no pueden producir una buena resonancia. Tengamos cuidado con la resonancia potente, porque podría ser fabricada a través de la variedad de sentimientos de numerosas personas en un sentimiento monótono, el "resentimiento". * Los medios masivos son dispositivos que fabrican resentimiento. * La resonancia no puede producirse en un abanico demasiado amplio de sentimientos. Si el problema es la comunidad que comunica, la resonancia tiene que decidir la grandeza de la comunidad. * Desde que se desarrollaron los medios globales, los medios locales se tornaron todavía más locales. * En la era satelital y de Internet, cada medio local tiene que ser potencialmente global. Por este motivo se denomina "trans-local". * "Emisor", "medio", "destinatario", el modelo popular de la comunicación se convirtió en obsoleto desde el momento en el cual tuvo inicio la actividad de Internet. El medio no es un "canal". Como sostienen Humberto R. Maturana y Francisco J. Varela, en la comunicación no existe la "información transmitida". La comunicación es un "acoplamiento estructural". * Emisor y destinatario sólo

pueden ser separados en una abstracción teórica y trámite un forzamiento operado por el sistema de poder. Emisor y destinatario tienen que ser considerados conjuntamente. La separación entre transmisor y receptor es una mera operación política. A nivel tecnológico, entre ellos no existe la separación. * También es problemático el "mensaje". Los medios no transportan mensajes sino que los conducen de un punto a otro. * El éter es corolario de la resonancia y de la transmisión. Como medio que transmite, el éter esparce información a la audiencia. Como medio resonante, el éter crea en la audiencia diferentes estados de emociones. * Internet y los medios vía cable dependen de las líneas. Las líneas dependen de las conexiones, del tejido y del streaming. Pueden ajustar la audiencia en una red integrada, un circuito similar a las marionetas. Sin embargo, las líneas no siempre están aisladas, también pueden ser libres, abiertas. Las líneas "lentas" entretienen las redes. En la red que entretiene y a su vez, viene entretendida, la señal no se transmite sino que se streamea (difunde, fluye continuamente). La transmisión es un proceso unidireccional, mientras que el streaming es interactivo; streaming recibido y streaming propagado. * La colaboración entre las líneas y el éter creará el "espacio polimorfo", un espacio hecho de "polos" (muchos y diversos) + "morfo" (forma y forja). El modelo concreto de espacio polimorfo es nuestro cuerpo, los medios electrónicos solamente pueden reencontrar y repensar el auténtico carácter de nuestro cuerpo.

Streaming media. Sentimiento vs. Resentimiento

FRNK, Infoxoa (www.infoxoa.org)

"Don't stop me now.... I'm a satellite, I'm out of control, I'm a sex machine ready to reload... I'm travelling at the speed of light"

(Queen)

[*"No me pares ahora... Soy un satélite, estoy fuera de control, soy una máquina sexual preparada para la recarga... Estoy viajando a la velocidad de la luz"*]

La oscuridad respecto a quienes toman las decisiones y tienen poder real sobre Internet nos deja un gran vacío, pero el desarrollo de la webTV está marchando, así también como las net.radio. Es imposible hablar de radio y televisión en Internet sin hacer referencia a los medios "tradicionales". Muchos proyectos de net.radio alternativas son pequeños circuitos experimentales de micro-comunicación, que determinaron el concepto de feedback [retroalimentación] de la audiencia, utilizando las entregas de la audiencia para plasmar las grillas de programación. Incluso los mayores proyectos de net.radio como Interface (www.pirateradio.co.uk) ofrecen algo que va mucho más allá de una placentera programación musical: el propio sitio web ha involucrado a la audiencia inmediatamente, funcionando como un verdadero punto de encuentro. El aspecto de mayor interés de los nuevos medios streaming son los contenidos. Focalizando los medios como medio, podemos explorarlo como instrumento de crítica social y artística. Este hecho abre posibilidades para un uso táctico de Internet, dado que podemos transmitir señales radio. No es necesario tener una licencia para transmitir los propios programas de audio y video. El elemento clave de la red es esparcir informaciones en todo el mundo, lo más rápidamente posible, y las tecnologías del streaming facilitan este proceso.

HTML deejaying [Dj HTML]

William Gibson encontró una feliz definición para el ciberespacio como el "espacio formado entre las conexiones telefónicas". Irónicamente, tal espacio se abrió para transportar mensajes de texto solamente desde algún servidor remoto a tu computadora, a través de canales que originalmente servían para transportar la voz humana. Muchas personas, grupos y empresas realizan informaciones de audio de esta manera. Hay archivos que ponen a disposición sonidos, muestras musicales o programas enteros. Existe una diferencia entre los formatos de texto y sonido, o así lo parece. Pero hubo un momento en el cual el abismo superado gracias a una técnica única... cuando, a inicios de 1.997, Convex TV inició su programación de una hora al mes en Berlín. Durante los primeros periodos el colectivo no tenía los instrumentos adecuados, el conocimiento y las conexiones para transmitir señales de audio en red. Fue entonces que el colectivo pensó en una forma de transmisión en red paralela a la vía éter, para deconstruir los confines de los medios comunes. El invento era simple: el HTML deejaying. Mientras transmitían vía éter (cubriendo solamente el área de Berlín) transcribían textos de los programas y los enviaban a un servidor FTP, sincronizado en tiempo real con la transmisión en directo. El HTML Dj recargaba la página con los nuevos contenidos en el momento necesario. Los oyentes que tenían acceso solamente a la radio escuchaban el receptor, los que también tenían una conexión escuchaban y leían, y los oyentes que no podían escuchar, porque quizás estaban en Budapest, tenían una extraña experiencia de lectura solamente. La página estaba continuamente actualizada con nuevas informaciones. Probablemente fue la primera transmisión textural en red, que se comportaba como un medio audio-visual, quizás fue la última. Obviamente la transcripción simultánea de lo hablado era una cosa imposible: la versión textual no era nunca la

versión más reciente. Por lo tanto, había errores, faltas, pequeñas discordancias entre el sonido de la radio y las imágenes y textos en red. Para transformar todo esto era necesario hacerlo en público.

Streaming Texts [Textos en streaming]

1 Es como si la velocidad requerida por los nuevos medios necesita un nuevo talento para escribir, en el sentido que es necesario ser capaces de comprimir en pocas palabras lo que un novelista emplearía páginas para explicar. Frases más breves, párrafos más cortos funcionan mejor. Pero quizás esto sea exactamente lo contrario de lo que sucederá cuando cada vez más personas en todo el mundo usen la escritura dinámica. # 2 En el mismo contexto, los textos se tornarán cada vez más interesantes cuando funcionan como componentes del ambiente visual y como portadores de mensajes. El color, el tamaño, la posición, el movimiento aumentan la expresividad del texto y lo vuelven más interesante a los visitantes. # 3 El proceso y la velocidad parecen requerir una forma de desarrollo lineal del texto para que sean "comprensibles" para los visitantes. # 4 El texto dinámico juega un rol decreciente en la exploración y el desarrollo del nuevo espacio narrativo.

Ser híbrido

Hasta que la red no tenga acceso universal, siempre será importante mantener un enlace entre la web y las verdaderas estaciones radiotelevisivas que transmiten localmente. Poner en red programas radiofónicos para transmitirlos en los "viejos" canales radiofónicos es un uso óptimo de la red y de la misma radio. Los programas de radio y TV se transmiten una sola vez y son recibidos por muchos, mientras que el streaming en red puede ser configurado a placer, dado que se tiene acceso a archivos de informaciones completos. La TV y la radio se consideran "push media" [medios que empujan], en el sentido que el productor tiene su propia historia que contar, mientras que en red existe un escenario diferente. Este parece ser el punto fuerte de la red: el networking [hacer red], agregar tu potencia cerebral a un ambiente que es fecundo, convertirse en un canal potente, simplemente combinando las variadas inteligencias. No realizar programas acabados, más bien crear contextos de informaciones y entretenimiento en los cuales los otros se sientan inspirados para compartir la propia creatividad y los propios saberes. Aceptar el hecho que el programa que haces no está totalmente bajo tu control: otras personas pueden influenciar tu producto. Tu programa quizás no termine nunca, dado que cada vez que alguno agregue informaciones, crecerá. Probablemente la libertad que existe hoy perecerá cuando las grandes compañías formen mega-canales que utilizarán toda la banda disponible y estándares de alta calidad, más allá del alcance de las pequeñas organizaciones. Es de crucial importancia el acceso a servidores dotados de buena conexión para mantener un "espacio público" en el cual realizar los programas, habrá una lucha por los espacios en disco y por la conectividad. Además, la información existe si es conocida y visible. La praxis de la comunicación entre amigos vía e-mail, el boca a boca y los enlaces son modos óptimos de hacer conocer tu sitio. Los motores de búsqueda son importantes, dado que cuando las grandes compañías hayan comprado los mejores será cada vez más difícil encontrar informaciones. Es fundamental construir un motor de búsqueda público, que nadie lo posea, unido a motores de búsqueda específicos para los sitios que hagan streaming.

Stop, do it in your own fuckin' way [Alto, hazlo según tu maldito propio método]

En la práctica de las cosas, emerge una sustancial diferencia cualitativa entre medios streaming por una parte, y los medios clásicos por otra. La calidad en este caso significa alcance. Microcomunicaciones que usan nuevas tecnologías para apropiarse del audiocosmos, uso táctico de los medios, pero también experimentación y configuración de otros espacios acústicos.

Haciendo cuentas, es mucho más simple y económico transmitir desde tu propia casa que comprarse una licencia radiotelevisiva. El continuo movimiento y la fluctuación que caracterizan las comunicaciones en red rompen la inmovilidad pasiva de la recepción inerte de imposiciones llamados "mensajes"; la emisión unilateral de una señal se derrumba delante a la interacción continua entre los participantes. Como en el movimiento de las miniFM japonesas, emerge la posibilidad concreta de utilizar un instrumento como catalizador, entrando en una resonancia que en vez de aumentar las distancias, las destruye. Como afirma Kogawa, los medios clásicos sirven para producir re-sentimiento, hastío, alienación, separación, impotencia, fragmentación negativa. Catalizar, en cambio, significa hacerse engullir por el espiral emocional, abrir las puertas del cerebro intercambiando sonidos-imágenes-textos con otras personas, esperando un nivel de comunicación tal que determine un sentimiento compartido. Sentimiento vs. resentimiento.

La revolución wi-fi. Redes tácticas inalámbricas

Lavo Cudiva

(lavo@gmx.net, PGP Fingerprints: E7 4D F9 14 0E 28 97 AA E1 F3 31 EB 31 29 86 99)

"Imaginen al telégrafo como un perro sabueso larguísimo. Tiren de su cola y la cabeza ladrará en Los Angeles. ¿Entienden? La radio funciona de la misma manera: envían señales aquí y las reciben en otra parte. La única diferencia es que perro no existe!"

Albert Einstein

La revolución que vamos a describir corre nuevamente en el éter. A 101 años de distancia de la histórica transmisión de radio de Guillermo Marconi a través del Océano Atlántico, las ondas electromagnéticas todavía son el medio más económico y revolucionario. Con una diferencia: en cambio de las tradicionales señales de radio o tv, encontramos por primera vez los paquetes de datos de Internet. Hacer viajar Internet por el cable telefónico o fibra óptica tiene sus ventajas, pero hoy la radio, gracias al protocolo wi-fi, permite crear una red de transmisión de datos en tiempos breves y con costo contenido. Piénsese en la facilidad con la cual escuchamos la radio desde cualquier lugar y, en cambio, en el esfuerzo que nos cuesta desplazar una toma de teléfonos desde el corredor al dormitorio. Además, usando el éter, cuando se afirma una nueva tecnología, no es necesario actualizar toda la estructura de hardware (como sucede por el contrario con una red por cable), sino que es suficiente actualizar los aparatos y, al máximo, las antenas. Estas son las razones que hacen que las redes inalámbricas (contaminación electromagnética aparte) sean las nuevas *killer application*^[***] del mercado y el nuevo medio táctico de los activistas.

Breve historia de Internet inalámbrica

Si para la radiotelegrafía, la radio y la TV casi inmediatamente estuvieron disponibles aparatos económico o autoconstruidos y bandas públicas legalmente habilitadas (en las cuales encontraron espacio las radios libres y piratas de los años 70, las TV privadas y hoy la TV de calle), en lo relacionado con la transmisión de datos "sin cables" las cosas fueron distintas. A inicios de los años 90, en pleno monopolio Telecom, con Internet como puntos clave en pocas universidades y centros de investigación, los manipuladores más malintencionados que tuvieron la posibilidad de probar la potencia de la Red de redes, soñaban con poder conectarse todo el tiempo que deseaban sin tener que pagar cánones multimillonarios o tener que granjearse a diversas autoridades. La red era entonces mucho más comunitaria que hoy, y ofrecer un servicio o una ayuda a los propios vecinos era la norma tanto para los particulares como para las instituciones. Algunos se construyeron sus pequeños radio modem, otros apuntaron a los rayos infrarrojos, otros más por ser radioaficionados utilizaron sus costosas radios provistas de TNC para transmitir los datos con una técnica llamada *packet* (pocos lo saben, pero en Italia incluso existía un gran *gateway packet* AX25-Internet operado por Cruce/CNR de Pisa: 1K5PWJ-6). Las conexiones realizadas con estas técnicas siempre fueron esporádicas y, por obvias razones, poco publicitadas por quienes las usaban, o confinadas en nichos especializados como los radioaficionados. En EE.UU., durante el mismo período, la situación era diversa, y una red inalámbrica comercial denominada Ricochet funcionaba en San Francisco. En 1.995 comenzaron a estar disponibles en el mercado internacional los primeros *bridge* Wireless Ethernet, que

[***] *Killer application*: "Son las aplicaciones que han revolucionado el entorno de Internet. En español se podría traducir como aplicaciones rompedoras. En su momento fue el correo electrónico, la interactividad del chat, la simultaneidad del instant messenger, etc. En el contexto más restringido de una página web, el 'killer application' o 'killer app' es el elemento diferenciador que le harán conseguir más audiencia que la competencia". (Diccionario de Informática e Internet - <http://www.entrebts.com/php/diccionario/?Page=1&letra=k>)

funcionaban en Spread Spectrum en la banda de los 900 Mhz (legales en EE.UU.) y sucesivamente 2,4 Ghz (legales en Europa), aparatos con un costo de 10.000 dólares apropiados para unir redes locales, pero que ya ofrecían una alternativa mucho más económica a las costosas líneas rentadas (especialmente en Europa, donde los precios, que tenían un techo, eran hasta veinte veces mayores que del otro lado del océano). Los precios disminuyeron rápidamente y algunos comenzaron a experimentar con puertos más económicos, modificándolos, "hackeándolos", para efectuar conexiones con su oficina o algún amigo. En varias listas y grupos de discusión aparecieron propuestas para construir una alternativa a las redes comerciales vía cable. Algunos grupos, entre los cuales está el famoso Cult of the Dead Cow [Culto de la vaca muerta], que dieron vida proyectos tales como Guerrilla.net (www.guerrilla.net). Se intentaba garantizar la privacidad y el derecho a la libre expresión del propio pensamiento, y una red underground, autónoma, autogestionada parecía ser el mejor modo.

Pero con la llegada del estándar 802.11b, no tanto por su calidad superior, sino gracias al bajísimo costo de los nuevos aparatos y su disponibilidad, la participación y el interés crecieron en forma desmedida, y se dio inicio a la autoorganización desde abajo de las redes wireless [inalámbricas], el fenómeno más interesante. Comenzando con dos o tres amigos con la finalidad de jugar en red y compartir un sólo acceso xDSL, estos bocetos de redes sociales crecieron, y en algunos casos como el de Seattle (www.seattlewireless.net) se unieron centenares de usuarios. Cada punto de acceso -un aparatito, funciona como punto de recepción para los diversos dispositivos inalámbricos que están presentes en el área, y hace de puente hacia la red local Ethernet normal a la cual se está conectado- colocado amplía como una mancha de aceite la cobertura, y se forman tantas pequeñas islas conectadas entre sí. Islas de colaboración principalmente: quien tenía un acceso a banda ancha lo ponía a disposición de todos, quizás compartiendo los costos. Con posterioridad, se rentaron líneas más capaces para este propósito por la comunidad, lo cual la convierte de instrumento en sujeto congregante. Paralelamente decenas de comunidades similares (www.personaltelco.net) se formaron en los puntos más distantes del globo: (www.freenetworks.org): tanto en Inglaterra (www.consume.net) como en Tasmania (www.tas.air.net.au). Amplias áreas están cubiertas en la actualidad y estando en la calle, con una computadora de bolsillo se puede acceder libremente a los servicios ofrecidos.

La técnica

¿Pero qué es lo de lo que estamos hablando exactamente? Lo que sean poco tecnófilos, pueden saltarse este título. Se llama 802.11b, familiarmente Wi-Fi, que quiere decir Wireless Fidelity, y es uno de los estándares de transmisión de datos similares a Ethernet. Funciona vía radio, en una frecuencia de 2.4 Ghz, con una técnica que antes usaban los militares, denominada Spread Spectrum. Tiene una baja sensibilidad a las interferencias de otras redes en la misma área, y alcanza según la distancia, una banda de alrededor de 11 Mbit/seg teóricos, y 6-7 Mbit/seg reales (existen recientes extensiones en el mercado que logran alcanzar los 22 Mbit/seg). Características respetables, que hacen que algunos lo consideren una alternativa superior, al menos para las conexiones de banda ancha, al UMTS. Las tarjetas wi-fi, popularísimas, cuestan un par de centenares de Euro (en EE.UU. cuestan 70 dólares) y son de fácil uso: basta colocarlas en la computadora, configurarlas, y se está listo para unirse a la red inalámbrica, o bien para establecer una conexión punto-punto (como por ejemplo, con la computadora de un amigo). También los puntos de acceso son económicos, y se encuentran por alrededor de 200 Euro en las tiendas. Existen dos modalidades de funcionamiento de los dispositivos wi-fi: ad-hoc e infraestructura. La primera es una modalidad punto-punto, para conectarse con otros dispositivos similares sin necesidad de un nodo central de ningún tipo, en sustancia peer-to-peer [punto a punto]. La segunda, es la modalidad utilizada por los puntos de acceso, pero también practicable con tarjetas u otros dispositivos analógicos, que crea infraestructura

inalámbrica y que hace de puente con la red local (el equivalente de las estaciones de base de la telefonía celular). En realidad, esta última va un poco más allá del simple puente, permitiendo a los usuarios saltar de un punto de acceso a otro, en el mismo segmento Ethernet, sin perder la conexión, el denominado roaming. Cuando hablamos de dispositivo no tenemos que pensar necesariamente a algo con interfase de usuario utilizado por un humano, sino a cualquier dispositivo electrónico que tiene necesidad de intercambiar datos: pensemos en una telecámara automática conectada directamente a la red, a la cual tiene que conectarse para recibir el stream audio-video (existe un modelo similar ya a la venta), o bien a una computadora de bolsillo, una agenda electrónica, a estaciones sensoriales como estaciones meteorológicas, lectores de código de barras para las operaciones de depósito, y también ¡¡teléfonos portátiles digitales!!

Sí, leyeron bien, una red wi-fi puede sustituir perfectamente en escala local la red telefónica, aún la celular, con la gran ventaja de no tener costos si se permanece dentro de la red y con costos mínimos para efectuar una llamada a un usuario telefónico común, pagando al administrador solamente la interconexión y no el servicio de acceso.

Ya hay teléfonos de este tipo, móviles un poco más grandes que un celular, en los comercios, y se utilizan en ámbitos empresariales y académicos. En esta perspectiva podemos pensar a las multimillonarias competencias para las concesiones UMTS, una tecnología diversa por sus objetivos y estructura, proyectada para un desarrollo centralizado, que también presenta algunas ventajas de escala, especialmente en el caos de terminales móviles como los teléfonos celulares, que no obstante tiene una capacidad, en términos de banda compartida, cinco veces inferior a la que permite el wi-fi que actualmente disponemos, y requiere consistentes inversiones tanto en hardware como para concesiones varias.

Los límites de esta tecnología son los clásicos de las transmisiones de radio que funcionan a frecuencias elevadísimas: las ondas se propagan en línea recta, como la luz, y vienen absorbidas por objetos sólidos y principalmente orgánicos -por casualidad, la frecuencia en la cual funciona es la de la resonancia de la molécula del agua (más exactamente de la relación oxígeno-hidrógeno), la misma que se utiliza precisamente con esta finalidad para el horno a microondas doméstico- por lo cual es necesario que las dos estaciones se "vean" directamente. La privacidad, además, es prácticamente inexistente, como para cualquier transmisión de radio, en cuanto cualquiera puede interceptar las ondas a distancia, y reconstruir los datos que ellas transportan a pesar de los sistemas de criptografía WEP (instalados para superar este límite, pero sufriendo pesados errores de proyecto, son totalmente ineficaces). Por otra parte, esto no constituye un problema, porque las redes promiscuas siempre tendrían que ser consideradas "canales abiertos" por principio y las aplicaciones que las utilizan procurarse de criptografía fuerte end-to-end [de usuarios finales]. Con la considerable banda disponible pueden ser transportados datos de cualquier tipo, aún los multimediales, flujos de audio y video, llamadas telefónicas (Voice Over IP). Esta tecnología podría entonces ser utilizada para transportar audio y video para estaciones de radio y futuras televisiones de calle.

El mercado descubre el wi-fi y las redes comunitarias

En el año 2.000, el sector comercial descubrió las potencialidades del wi-fi. Algunos proveedores de Internet, en especial los de las zonas rurales, comenzaron a vender el acceso inalámbrico, superando de este modo el problema de la última milla. Las empresas dotaron de cobertura inalámbrica sus propias oficinas para facilitar la vida de quienes corren de una oficina a otra con la computadora portátil o para quien es un aficionado de las computadoras de bolsillo. Sobre todo en Norteamérica, en lugares de elevado tránsito como aeropuertos, bares, estaciones y centros de la ciudad se activan "puntos candentes" de acceso wi-fi a los cuales es posible conectarse más o menos gratuitamente. Algunas empresas incluso fueron más allá: Joltage, patrocinada por [Nicholas] Negroponte, llega a proponer una participación en las ganancias para todos los usuarios dispuestos a poner a disposición pública la propia WirelessLAN con conexión a

Internet de banda ancha, para permitir la conexión a los pasantes, precedentemente conectados a Joltage (U\$S 1.99/por hora). De este modo, Joltage parasita una red comunitaria creada desde abajo, que se convierte parcialmente en privada porque los usuarios-proveedores tienen que tener un abono con la misma empresa (¡pícaros!). Como podrán imaginar, en Italia ya existen muchas redes inalámbricas en empresas, en escuelas y universidades, que son voluntaria, y mucho más a menudo involuntariamente, públicas. En los últimos meses, incluso aparecieron ofertas, por parte de algunos proveedores de Internet italianos locales, de acceso de tipo inalámbrico. Pero no obstante sea de sumo interés, no existen actualmente en Italia una red wi-fi comunitaria construida desde abajo.

¿Por qué crear redes comunitarias?

En primer lugar, ¡porque es posible! Para que tenemos que pagar un canon a los administradores centrales, que deciden quienes pueden o no pueden ser parte de la red (quizás porque viven en la provincia o en los suburbios), y someterse a sus contratos y sus cláusulas sobre qué es lo que podemos o no podemos emitir, cuando es posible tejer una estrecha red de ondas que nos rindan verdaderamente parte de la Aldea Global. Segundo, ¡porque es necesario! Con la afirmación de la dictadura del capital y el progresivo silenciamiento de los medios críticos, es vital tener muchos medios reticulares, que por esto son difícilmente atacables, que sean la columna vertebral de las Multitudes, en grado de recombinarse para continuar a funcionar aún en caso de bloqueo de uno de los nodos y a responder con el nacimiento de otros nodos suplementarios haciendo banales los esfuerzos liberticidas. Solamente con una red no física, realmente peer-to-peer sin objetos comerciales o institucionales que funcionen como centros, puede ser realmente de quienes la utilizan y desarrollarse según las efectivas necesidades ya sea tanto del particular en cuanto tiene el poder de plasmar su conectividad según sus exigencias, como de las colectividades que se benefician, siempre y no obstante, con los esfuerzos de todos. Tercero, ¡porque es justo! Basta de pedir y rogar garantías y derechos al acceso, arremanguémonos y hagámoslo nosotros, seguramente lo haremos mejor.

Redes geográficas para reapropiarse del sentido común

Si para la telefonía tradicional de la conmutación de circuito (es decir, sobre la equivalencia con un cable virtual que une temporalmente solamente a los dos comunicantes), tenía sentido que existiera una compañía telefónica dueña de toda la red hasta el aparato telefónico, así como también dueña de los conmutadores, o sea, las centrales de las cuales depender también para alcanzar pagando a nuestro vecino, en el caso de Internet esto es un anacronismo. Como Internet se basa en la conmutación de paquetes, no existe el concepto de circuito físico: los datos, fragmentados en pequeños paquetes con instrucciones de encabezado y destino, encuentran por sí mismos el camino, que incluso puede ser diverso para cada paquete, utilizando en forma óptima cada canal físico hasta la meta. Desde este punto de vista, el modo más eficiente de ser parte de Internet es el de ser nodo de una red local, que a su vez sea parte de una red más grande y así sucesivamente. Para decirlo con una imagen visual: un poco como un tejido orgánico en el cual las células se comunican entre ellas antes de hacerlo con el resto del cuerpo. Hasta ayer, para crear una red de barrio era necesario cavar, permisos, grandes inversiones, y fastidios burocráticos. Telecom es por ley, la única concesionaria habilitada para cavar y enterrar cables en áreas públicas. Hoy, en cambio, gracias a la disponibilidad de la tecnología Wi-Fi, esto es posible para todos y también es fácil de usar. De este modo, se puede reafirmar entre otras cosas, el rol que las empresas Telecom tenían originalmente sobre Internet, es decir aquel para suministrar las interconexiones de larga distancia entre redes específicas.

Redes tácticas para necesidades tácticas

Cuando enumeramos las ventajas del wi-fi, no pensamos solamente en las redes comunitarias. Con esta tecnología se pueden satisfacer óptimamente los objetivos más inmediatos y tácticos. Imaginemos la cobertura de un evento o de una manifestación. Una red inalámbrica se pone en funcionamiento, con una estación base en un furgón móvil o en terrazas: los fotógrafos pueden enviar en tiempo real sus fotos a la redacción, los radiocronistas pueden mandar su voz directamente a Internet, en streaming, cada particular puede comunicar datos, palabras, imágenes, video, sonidos.

Reflexionemos acerca de la infraestructura instantánea que se realiza poniendo en funcionamiento un aparato wi-fi: ningún cable, ninguna habitación que conectar, ningún edificio que alcanzar, nada de cables cortados e interrupciones de corriente. En esta infraestructura, nadie prohíbe usar una saludable capa de criptografía pesada, rindiendo impenetrables a las transmisiones. Pensemos en la resiliencia de una estructura inalámbrica totalmente recombinante, casi imposible de interferir, a menos que se usen potentes perturbadores que disturbarían también las instalaciones comerciales. ¿Qué sentido tiene destruir o secuestrar los materiales que son replicados vía wi-fi en otros lugares? Pensemos en los eventos de Génova. ¿En cuántas situaciones esto sería muy útil? En el mundial Fifa 2002 utilizaron precisamente el wi-fi para resolver todos estos problemas: si las fotografías sacadas en el campo estuvieron on line en tiempo real es porque se transmitieron vía éter.

Ley Italiana y Europea

Con la directiva Europea 1999-5-CE IT del 8/6/2.000, recibida mal y en forma tardía por el gobierno por el Decreto Ley 269 del 29 de Mayo de 2.001, finalmente las redes inalámbricas se convirtieron en legales también en nuestro país, aunque en las especificaciones europeas se fija la potencia máxima de transmisión en 100 mw E.I.R.P. (es decir, medidos a un metro de la antena), equivalentes a 20 dBm, lo cual impide en la práctica el uso de antenas muy potentes porque se excederían los 20 dBm de máxima. En el decreto de recepción, en cambio, hay muchas cosas que todavía tienen que adaptarse; de hecho se hace una diferenciación artificial entre el uso interno en la propiedad privada y cuando atraviesa propiedad pública, para la segunda está previsto cobrar una suma bastante alta para cada "estación". Además de intentar explicarle a las ondas electromagnéticas que el Estado no quiere que vayan más allá sin pagar, no creo que esta diferenciación artificial pueda ser utilizada en tribunales, desafío a quienquiera a que se pueda demostrar, si se mantienen los límites de emisión, que la unión de dos redes no sea otra cosa que un lamentable inconveniente de interferencia. En lo relacionado con compartir las conexiones Internet por parte de los usuarios, según como esté formulado el contrato, se puede verificar un incumplimiento contractual, pero también en este caso, si no se exceden, es difícil ganarse la ira de los proveedores más de cuanto pueda ganársela un muchachito que salvajemente hace descargas a su computadora.

El futuro nos sonríe: UWB

Si piensan que todo esto es fantástico, respiren hondo, en el horizonte hay muchas nuevas tecnologías que prometen prestaciones con órdenes de magnitud superiores al wi-fi y costos potencialmente más reducidos. Dejemos de lado el 802.11g y 802.11a, que ofrecen un incremento de la capacidad de transmisión con un factor 5 (teórico) y, en el caso de la segunda, el uso de un rango de frecuencias vírgenes sobre los 5,4 Ghz. Concentrémonos en cambio, en una tecnología llamada Ultra Wide Band, que consiste en transmitir no ondas moduladas, sino miles de millones de tenues impulsos codificados (1/10.000 de las potencias normalmente empleadas) en un rango de frecuencias elevadísimo; los cuales precisamente medidos, permiten transferir enormes cantidades de información y soportar un número prácticamente ilimitado de usuarios. Piensen que es como un vertiginoso código Morse de 40 millones de signos por segundo. El radio de acción está limitado a un centenar de metros y, por ahora,

solamente dentro de edificios, para limitar la interferencia de las frecuencias convencionales, ya que una transmisión UWB es percibida como un débil ruido de fondo por los radios convencionales. Para terminar, siendo relativamente simple, un radio UWB costará poquísimo y consumirá cantidades irrisorias de energía, pudiendo estar inducida en varios dispositivos a baterías/pilas. El límite es solamente la imaginación.

Multiplicar fuentes. MuSE, software libre para radios libres

Denis Rojo *aka jaromil* (muse.dyne.org)

Al desarrollar MuSE, y desde el principio, mi intención fue la de suministrar un instrumento libre para hacer radio en la red, como complemento ideal de la producción de contenidos libertarios y de la constitución de radios libres e independientes, para permitir un rechazo completo de la lógica mercantil inclusive en la elección de la tecnología a adoptar.

MuSE es un software libre que produce stream de audio en tiempo real que se puede escuchar fácilmente en la red con cualquiera de los diversos programas de software que están a disposición para las distintas plataformas (xmms, macast, winamp, etc.). Ese stream de audio consiste en el sonido tomado por un micrófono (conectado a la tarjeta/placa de audio) que se puede mezclar en tiempo real con archivos que se encuentran en el disco rígido (en los formatos soportados, mp3 y ogg/vorbis) o también -¡maravilla del rizoma!- con otros streams tomados de la red. Todo esto a través de una aplicación fácil de usar y dotada de una interface gráfica que, al mismo tiempo, ofrece también una interface de línea de comando y una interface consola (ncurses) para los nostálgicos de la vieja escuela!

Este software nace de una necesidad objetiva: desde 1.996 me ocupo de la producción radiofónica en red, mucho más accesible que aquella en éter en términos de costos y de recursos técnicos, evaluando los diversos programas disponibles. La escasez y la dificultad de uso del software libre que existe basado en la plataforma GNU/Linux, me terminó por convencer para desarrollar uno a medida para satisfacer mis exigencias y las de quienes, como yo, intentaban hacer stream en la red: poder mezclar varios archivos de audio y al mismo tiempo poder guardar el audio producido en el disco rígido/duro, para archivarlo posteriormente. Estos fueron los primeros objetivos alcanzados.

Después, la posibilidad de poder mezclar otros streams de la red, convirtió a MuSE no solamente en una aplicación para la producción de broadcast [difusión] uno-a-muchos, sino en una unidad rizomática en grado de constituir nodos comunicados entre sí, remanipulando el audio producido por otros en infinitas posibilidades para complicar la topología del flujo de audio: esta función permitió experimentaciones como el *Atlantic Transfer Jam* (en diciembre de 2.000), experimento de concierto en vivo descentralizado geográficamente, en el cual tres bandas de free jazz se exhibieron en Chicago, Nueva York y Linz intercambiando los sonidos según una topología en constante redefinición, ejecutando piezas de audio que viajaban por la red y estratificaban, replicaban y consumaban las actuaciones de los músicos en su caótico rebote al galope del TCP/IP (el protocolo que administra la red).

Pero ahora, un poco de aclaraciones técnicas: MuSE está desarrollado en lenguaje C++, su código está orientado a objetos en forma suficientemente modular como para poder ser reutilizado incluso dentro de otros proyectos; requiere la instalación del encoder mp3 Lame ya que utiliza esas librerías/bibliotecas, y soporta también el formato Ogg/Vorbis tanto en entrada como en salida. Los requisitos mínimos para utilizarlo óptimamente son una PC con CPU de por lo menos 200 mhz, 64 Mb de memoria ram, una tarjeta/placa de audio y una conexión a la red; la computadora tiene que tener cualquiera de las distribuciones de GNU/Linux, pero también es posible utilizar DyneBolic, un CD que se puede ejecutar simplemente desde la lectora y con el que hay que reiniciar la computadora para su lanzamiento.

Sin necesidad de instalar nada en el disco rígido/duro, se lanzará un sistema GNU/Linux que reconocerá automáticamente el hardware presente y ofrecerá MuSE ya instalado y listo para usar. Es un proyecto en el cual estoy trabajando actualmente y que requeriría un capítulo aparte para ser explicado correctamente. Es obvio que también DyneBolic es software libre, que se puede descargar desde el sitio <http://dynebolic.dyne.org>, y que se puede modificar y redistribuir según los términos del GNU *General Public License* [Licencia Pública General GNU].

MuSE es un proyecto que nació en el año 2.000, si bien gracias a la ayuda de Dave de August Black y Markus Seidl; más recientemente, la colaboración verdaderamente significativa de brillantes programadores como Antonio Radici (*aka nightolo*), Luca Profico (*aka rubik*) y Matteo

Nastasi (aka MOP) permitió que MuSE se convirtiera en lo que es hoy. Espero no hacer una omisión grosera dejando de lado muchas otras colaboraciones, no obstante, la documentación está disponible en el sitio junto al código fuente, listo para compilar y utilizar.

MuSE en la actualidad, y después de dos años de desarrollo, puso al alcance de un amplio número de personas la producción radiofónica en red, en particular para los inexpertos en el software libre a la búsqueda de aplicaciones innovadoras y no presentes en otras plataformas propietarias (como por ejemplo Winblows [jerga de usuarios de Linux para referirse al sistema Windows]): el resultado es la constitución desde abajo, de un número creciente de radios independientes y espontáneas, allá donde la iniciativa de los DJ y del locutor de turno expresa la necesidad y el deseo de una comunidad de oyentes en una comunicación horizontal y compartida. Puede comenzar con un chat, en un web forum o una lista de discusión, con el anuncio de un stream que por lo general reunirá entre cinco y treinta oyentes, para posteriormente crecer manteniendo la atención con los argumentos tratados, con la música propuesta y, principalmente, con la posibilidad de interactuar con la fuente a través de un canal de retroalimentación ya establecido precedentemente, mediante áreas de discusión que permitan una interacción más rápida e inmediata y, por lo tanto, convirtiendo los contenidos propuestos en expresión de una colectividad y no solamente de una voz en particular. El objetivo primario es facilitar la autoorganización espontánea y desde debajo de los medios independientes: es mejor una casbah mediática que un púlpito que hipnotiza las plateas. El libre acceso a las tecnologías de producción mediática es lo que permite aumentar la entropía y la fluidez del universo semántico en el cual nos movemos, para una comunicación horizontal que respete la diversidad de culturas que son atravesadas y que contribuyen a la misma. Y considerando el estado de las cosas presentes en el actual panorama mediático italiano: ¡algunos enlaces para la revolución!

<http://dyne.org>

<http://icecast.org>

<http://mp3dev.org/mp3>

<http://xiph.org/ogg/vorbis>

<http://radio.indymedia.org/drop>

<http://kyuzz.org/radiocybernet>

<http://atj.dyne.org>

<http://funda.ment.org>

<http://korova.dyne.org>

<http://tazebao.dyne.org>

<http://radio.inventati.org>

5. Condominio TV. Televisiones urbanas al asalto del cielo

Open Channel. Hacia una red europea de televisiones libres

Matteo Pasquinelli (www.rekombinant.org)

Primavera de 2002. El monopolio televisivo Rai-Mediaset cae como un manto plúmbeo en el panorama de los medios italianos. Mientras en toda Italia se alzan las protestas suaves e impotentes de una sociedad demasiado civilizada y *bon-ton*, un fermento creativo y más belicoso se agita en Bolonia. Desde los social forum a los centros sociales, pasando por las rondas y los círculos universitarios, todos hablan de televisión y sacan de los cajones proyectos de televisión independiente contra el monopolio: aparecen los complots para tv autogestionada, tv comunitaria, tv de barrio, tv vía satélite, tv por banda ancha. La creatividad, en una ciudad como Bolonia, es como un *status symbol*, incluso para los políticos emergentes y clases medias. Y teniendo en cuenta las depuraciones que comenzaron en Roma contra las estrellas del periodismo televisivo que se consideran antigubernamentales, quien no habla está *out*. Algunos exponentes políticos proponen juntar 20 euro por cabeza para comprar una tv "verdadera". Rekombinant (www.rekombinant.org) comienza a recoger las primeras ideas para una tv urbana. La primera señal pirata, finalmente, es lanzada al éter por Orfeo Tv, primera emisora de calle del proyecto Telestreet, una ruptura ilegal y subversiva desde el punto de vista de la Ley Mammì (Telestreet brinda en su sitio, un manual para construir con pocos centenares de euro, una tv de barrio, www.telestreet.it). Mirando un poco más allá de la huerta de Via Orfeo, no obstante, se descubre que el hermoso gesto habría pasado casi inadvertido al norte de los Alpes, donde desde hace decenios existen canales televisivos de acceso público, denominados precisamente *Open Channel*, y donde la energía social no se consume combatiendo cotidianamente contra un primer ministro iliberal.

En el campo de las tv independientes, aún hoy Amsterdam representa el laboratorio piloto. Ya en los años 70, el paraíso de la socialdemocracia alternativa tenía su propio territorio urbano completamente cableado, y en esos cables se experimentaban los primeros canales tv de acceso público. En 1981 nace OLON, la confederación de las radios y televisiones públicas locales vía cable y vía éter (www.olon.nl), con la finalidad de estimular el nacimiento y la cooperación de los medios locales independientes y no comerciales. Después de 20 años, OLON cuenta con más de 300 miembros, es reconocida por el gobierno como la representante oficial de los medios locales y comunitarios, y está comprendida en el presupuesto nacional para la comunicación: OLON se define por esto como una especie de "sindicato" de los medios libres. En cambio, SALTO (www.salto.nl) es el consorcio de canales radio-tv de Amsterdam: colabora directamente con Indymedia Holanda y en sus canales fueron experimentadas las programaciones más delirantes e innovadoras de la historia de la televisión holandesa, como *Hoeksteen Live*. También en las mayores ciudades de Alemania encontramos canales de acceso público, más o menos institucionales, llamados *Offener Kanal*. Una de los más importantes es *Offener Kanal Berlin* (www.okb.de). En Austria, en los primeros meses de 2002, una red de grupos territoriales dieron vida en Viena al *Offener Kanal Wien* (www.ok-wien.at) que tendría que inaugurar sus transmisiones en la primavera [del hemisferio norte] de 2003, después de haber utilizado un portal Internet para convertir el proceso de organización en algo abierto y colaborativo respecto a toda la ciudadanía. En toda Europa existen, desde hace decenios, experiencias de televisión de acceso público o comunitarias. En Suecia *Openchannel* (www.openchannel.se) mantiene actualizado el mapa europeo y mundial, e intenta construir una red de cooperación. Su sitio representa el recurso más rico de informaciones a las cuales recurrir para conocer esta forma de medios "tácticos" y para inspirarse para nuevos proyectos. Es presumible y necesario que este fermento europeo lleve a la construcción de una red abierta, transparente, colaborativa de escala europea de televisiones independientes y comunitarias, que sería el primer peldaño para una construcción de una Europa desde abajo.

Multitudo TV. Proclama para la liberación del cielo

Rekombinant (www.rekombinant.org)

¡Guerra relámpago a la televisión! ¡Asalto al cielo! ¡Ciudadanas y ciudadanos! ¡BLITZKRIEG!

Estos 40 años de TV nos gustaron tanto, que ahora queremos comenzar nosotros. Fueron 40 años de alucinación colectiva, de hipnosis de masa, sumergidos en nuestras soledades, atomizados en nuestros edificios de apartamentos con el rumor azulino del tubo catódico. Nos gustaron tanto, que ya no podemos prescindir de ella.

Liberemos a las amas de casa de Voghera. No más dobles de sí mismos en fingidas peleas de consorcio, las amas de casa -con sus palos de amasar- entran directamente en la sala de dirección. El barista del bar de la esquina está mucho mejor, mucho más verdadero que el caretón de la telenovela filipina. El Gran Hermano es una estafa de salón. ¿Querían TV-verdad? ¿El señor de la puerta de al lado que puede ser estrella nacional por 15 minutos? Buenísimo, idea fantástica, hagamos todo por nosotros mismos.

La TV verdad tiene que ser hecha desde la vida real, desde el primer micrófono a la última antena. La TV verdad tiene que tenernos a nosotros adentro, y no a alguien decidido en el séptimo piso de un edificio de Roma. La TV actual es una nueva Bastilla, a cuyas puertas las masas presionan por liberarla. El empuje de la sociedad nunca fue tan fuerte, pero la TV del Rey intenta ocultarlo. Como el rey en plena revolución francesa, cada día los telenoticieros repiten: "Hoy no hay nada de nuevo". ¿Hasta cuándo continuarán?

Otros hacen rondas en defensa de una TV que nunca fue de ellos, y que por cierto nunca fue libre, rondas en torno a los vasallos menores de los mismos palacios del Rey, rondas que giran en círculos y que cada vez, vuelven al punto de partida sin atacar el verdadero problema.

El público reclama su TV porque esta TV no es suficiente TV, no es la TV del país real, del tejido social vivo y latente. Alguien quiere hacer la TV poniendo dentro actores falsos, escenarios fingidos, sonrisas de plástico, simulacros falsos del país para poder decir "¡Todo está bien!". No necesitamos dobles, actores y actrices. Nos basta encender la telecámara y usarla. No queremos el enfoque justo y objetivo. Queremos la telecámara y un canal. Para transmitir a nuestro barrio. Respecto a las comparsas y bailarinas, no hay problema, mientras sean comparsas y bailarinas de nuestro barrio.

Las telecámaras comienzan a girar sobre sí mismas y apuntan contra los directores de los telenoticieros y contra los políticos, el mundo del revés, en lugar de sueños artificiales pongamos nuestros sueños verdaderos, en lugar de la política espectáculo pongamos la vida de las ciudades y del mundo. Jorge el verdulero, Mimo el barista, Claudia la empleada de correos, Vito el informático desocupado, hoy dirán su opinión sobre este mundo y sobre esta guerra global, en lugar de los varios Mentana e Ferrara [presentadores estrella en la televisión italiana]. Videocámaras y micrófonos emergen entre berenjenas, aperitivos y mesas de billar.

La nueva TV abre los edificios de apartamentos de los barrios-dormitorio que había cerrado 30 años atrás, haciendo explotar la vida social y la democracia participativa, transmite las asambleas de barrio, las fiestas en la calle, las películas autoproducidas por jóvenes estudiantes, las discusiones de los bares, la energía envolvente del movimiento global. Los sueños son de todos, la TV es de todos. La gente se reapropia de sus recuerdos, su tiempo, su vida, su ritmo. Sobre la piel de la multitud despuntan millares de antenas. Un rumor de fondo de interferencias llega hasta Roma.

El cielo se tiñe de los colores ácidos de la TV. La grilla de programación nacional-popular se cae a pedazos, la grilla de programación que desde hace 30 años, cada día, marca el ritmo de la familia y del trabajo, de la ignorancia y de la alienación, la grilla de programación que representa la espina dorsal del consenso político, se cae a pedazos. En su lugar, la vida de millares de comunidades que crecen y se convierten en el motor político de una nueva sociedad. La democracia vuelve a ponerse en marcha. La grilla de programación nacional es conquistada por un grupo de valerosos ciudadanos y ciudadanas, y reentregada a toda la ciudadanía. La TV somos nosotros. Que la TV esté con nosotros.

TV-comunidad, TV-edificio, TV-portero eléctrico, TV-barrio, TV-bar

Matteo Pasquinelli

www.rekombinant.org

www.rekombinant.org/article.php?sid=1674

Tv-edificio, Tv-portero eléctrico, Tv-barrio, Tv-bar. Esta es nuestra idea de tv comunitaria. Aclaremos los términos. Por tv comunitaria, técnicamente, se entiende se entiende el canal televisivo de un nicho cerrado: un grupo religioso, una universidad, la asociación de dentistas. Nosotros, en cambio, entendemos que es una tv construida desde abajo, por las comunidades urbanas, donde estas se comunican, socializan, autogestionan el medio, hacen sociedad. No tv comunitaria, sino tv que se convierta en comunidad.

¿Por qué hoy tiene sentido proponer la creación de tv comunitarias desde abajo? ¿E imaginar luego, conectar estas tv en una red europea? El sueño de hacer Televisión, de administrar un canal propio televisivo, de hacer información e imaginario a través de la tv, ha sido el sueño de todos los movimientos políticos, sociales, artísticos desde los años 70 en adelante. En estos años, el medio de frontera de la experimentación democrática y de la información independiente fue Internet. Pero el impacto mediático y político que puede tener la red respecto a la potencia de la televisión es poco. La experimentación madurada sobre los nuevos medios y el movimiento que atraviesa hoy a la sociedad a escala mundial convergen para realizar un salto de calidad y reapropiarse de la pequeña pantalla doméstica.

Hoy se puede, finalmente, jugar a la televisión contra la televisión, concebir una segunda generación de tv que produzca en la sociedad efectos exactamente contrarios a los de la primera generación, una tv que abra los barrios-dormitorio que la misma, en los años 60, había encerrado en la soledad y en la alienación, una tv que haga saltar la grilla de programación nacional-popular del consenso político y del conformismo. En la situación actual de monopolio de la información, mundial y no solamente italiana, está claro que un proyecto de tv comunitaria representa una sacudida desde abajo, una sacudida dirigida también a la vileza de la clase política y a su falta de ideas y de coraje en el campo de la comunicación. Es un gesto que mezcla y baraja nuevamente las cartas y pone en marcha una infinidad de personas en un proyecto fascinante y liberador. El sentido de una tv comunitaria es para nosotros, no obstante, más profundo.

Experiencias de tv comunitarias se encuentran en toda Europa. El laboratorio más interesante es Amsterdam, donde se realizaron tv comunitarias y canales de acceso público ya desde los años 70. La experiencia de Amsterdam y los canales públicos del norte de Europa son un bagaje inacabable de ideas, imprescindible, pero las tv comunitarias de hoy atraviesan un momento histórico crucial, se convierten en un fenómeno social políticamente mucho más importante. Estamos delante de un movimiento de autoorganización desde abajo de la sociedad de proporciones mundiales: desde Porto Alegre a Action for Peace en Palestina, desde los social forum a los Indymedia, pasando por las rondas y las nuevas formas de sindicatos. La tv comunitaria no tiene que entrar en este movimiento, porque ya es parte. Hacer una tv comunitaria no significa expresar una posición política precisa, sino reflejar este movimiento mundial de democracia desde abajo. La tv comunitaria no tiene que ser otra experiencia ghetto del movimiento, ni un *divertissement* [diversión] del ala radical chic de la izquierda moderada. Tiene que tener la inteligencia de atravesar los sectores más innovadores y abiertos de la sociedad.

Hacer una tv comunitaria significa llevar el motor de la comunidad sobre la escena política. Tanto las energías que están en el movimiento, como aquellas de la izquierda institucional, se sienten claramente apretadas dentro de las vestiduras que no pertenecen más a nadie, y se respira por doquier la intención de hacer saltar los diques y compartimientos estancos que sostienen los diversos ghettos políticos. La tv comunitaria es una tv para liberar la autonomía de lo social, mirando mucho más allá de una tv "de movimiento" o de una tv "de izquierda". La cuestión de la comunidad y de la autonomía de lo social es central y vital para los debates en curso, tanto en el movimiento como en la izquierda. En el movimiento, para todos está claro que la actitud de la desobediencia social no puede ser más que el primer peldaño en la construcción de la sociedad, pero todavía no se visualiza ningún instrumento o sujeto político del hacer sociedad. Por otra parte, también nos damos cuenta de que el antiberlusconismo

histórico [contra el primer ministro italiano Berlusconi] y la judicialización construyen solamente una izquierda reactiva, sombría, peligrosa. Poner la centralidad de las comunidades urbanas, de los grupos sociales, culturales, étnicos, políticos, mediáticos, significa salir de esta actitud reactiva. Una tv comunitaria funciona como catalizador de aquellos sujetos que son el futuro de la política y de la sociedad.

La autoorganización de las cuencas sociales representa el futuro, no sólo del movimiento global sino también de todas las formas de participación democrática. Las tv comunitarias son solamente uno de los florecimientos en la superficie de esta corriente de la historia. Esta previsión ha sido confirmada por los gerentes de las telecom y de las redes de tv de medio mundo, que están invirtiendo para los próximos años, en proyectos de tv locales urbanas comunitarias. Sobre esta tendencia, los grandes capitales, ya han puesto sus manos. Queda a la sociedad hacer que este proceso sea lo más democrático posible, que lleve a una ampliación del dominio público y no a su remate.

Todo esto sirve para decir solamente que las tv comunitarias no se convierten en un brazo político o un órgano de propaganda, sino que son un actor de la autonomía de lo social. De este nuevo medio, repetimos, no es tan importante el mensaje sino el medio: nos interesa el modo con el cual se inserta en el tejido democrático, en la sociedad, como construye y es construido, qué efectos "físicos" produce. Una tv comunitaria vuelve visible, hace emerger el camino democrático de una ciudad. Una tv comunitaria está construida biológicamente por las comunidades urbanas a las cuales "transmite". La comunidad, el grupo social, constituyen el concepto de la tv comunitaria en todo lo que está relacionado con ella: formas, contenidos, lenguaje, experimentación, información, democracia.

Las tv comunitarias tienen que ser abiertas y puntos de conexión, no banalmente horizontales. En el debate holandés se ha concebido esto como el pasaje del modelo *public access television* [televisión de acceso público] al modelo *community access television* [televisión de acceso comunitario]. El modelo de acceso público implica un servicio que, desde lo alto (o desde abajo) se brinda acríticamente a toda la ciudadanía. El modelo del acceso por comunidad es, en cambio, exactamente el contrario: una televisión construida por las comunidades para las comunidades, en el cual por estatuto se respeten todas las minorías de la composición social, y se garantizan espacios a los grupos innovadores y creativos. Decir que la tv comunitaria tiene que ser conectiva significa decir que está interesada en producir y reforzar las relaciones sociales sin caer en la verticalidad o el "fascismo" de la horizontalidad. Una tv comunitaria claramente no refleja todo el tejido social, deja fuera los componentes racistas, sexistas y facistas.

La experiencia de Amsterdam es el manual de referencia. Aquí la red de tv local fue realizada contaminando el viejo medio televisivo uno-a-muchos con la horizontalidad de la red y el tejido artístico y experimental de la ciudad. Todos los grupos sociales y el sustrato multiétnicos se pusieron a trabajar: los activistas políticos, los periodistas de las radios y periódicos, los artistas de video, los hackers, las diversas comunidades étnicas y lingüísticas y las subculturas urbanas.

Una utopía pirata para la televisión táctica

David Garcia

En los últimos años, Amsterdam se ha vuelto famosa por su red cívica gratuita Digital City. Menos conocida, pero por otra parte tan importante, es el surgimiento de un movimiento radical por una televisión de acceso público. Este texto es solamente un comienzo, un fragmento histórico.

Condiciones especiales

El de Amsterdam es el único sistema televisivo que fue capaz de implementar algunos principios de la anarquía de la red en el viejo mundo (pero aún ampliamente dominante) de la transmisión televisiva. Esto fue posible por la extraña coincidencia de algunos elementos. Para comenzar, el cable en Holanda no está considerado un lujo, sino un servicio. Cualquiera que tenga una televisión puede recibir los canales abiertos. Aún cuando el mensaje sea muy radical o extremo, el autor puede alcanzar todo el público televisivo. A diferencia de muchos cables vía cable en Norteamérica, no están ubicados en una "zona cerrada". Segundo: con dos canales abiertos disponibles las 24 horas del día, hay bastante espacio para cualquiera que quiera transmitir. Tercero: no hay ningún control sobre la calidad. Los programas pueden ser producidos con el equipamiento más escaso y contener el material más explícito. Cuarto: las transmisiones en directo, indispensables para un medio verdaderamente comunicativo, son algo de rutina en Amsterdam. Quinto: existen recursos y ayudas disponibles para quien quiera realizar proyectos ambiciosos bajo el aspecto técnico, artístico o social. Por último, hay algo en la esencia misma de la ciudad, un puerto políglota para migrantes de cualquier parte del mundo, con una larga historia de comunicación pirata. Si es que existe una aldea global, Amsterdam lo es. No obstante sea bastante pequeña, tiene la actividad de una gran metrópoli. Los que miran la televisión, en ese momento están a poca distancia de los estudios de grabación. Todos estos factores en su conjunto convierten a la tv de Amsterdam en un medio "accesible" respecto a los tradicionales medios de masa. En Amsterdam se hace televisión con la idea de que "el ruido es el precio que pagamos por la señal. Sin basura, hay menos posibilidades para que surja la calidad..."

Nuevos desarrollos

El tener dos canales en vez de uno solamente, es un desarrollo reciente pero necesario. En el curso de los años, el número de grupos que desean hacer televisión ha crecido tanto que el canal se estaba abarrotando. En enero de 1996, un nuevo canal de acceso público - Amsterdam 1-, fue lanzado en coincidencia con la conferencia *The Next 5 Minutes* sobre medios tácticos. Los organizadores de *Next 5 Minutes*, intuyeron la oportunidad no sólo de utilizar el canal como cobertura de las tres jornadas del evento, sino también para experimentar las perspectivas ofrecidas por la programación paralela sobre dos canales contemporáneamente. Si bien extraordinario, este es sólo uno de una amplia serie de ejemplos sobre cómo grupos completamente externos a la industria mediática han podido utilizar las infraestructuras y la vía del cable para hacer televisión y convertirla en parte integrante de un evento en directo. Pero una situación que ofrezca este acceso a los medios no despunta de la nada. Muchos de los participantes del *The Next 5 Minutes* creyeron ser testigos de un típico ejemplo de liberalismo holandés, pero esto es verdad sólo en forma parcial. En algunos aspectos, no es un fenómeno nacional, sino estrechamente local, relativo a la ciudad de Amsterdam. Hace referencia a un escenario televisivo "táctico" de tipo hedonista, multicultural, caótico, a menudo incompetente pero a veces avasallador, que se ha desarrollado por más de veinte años. Veinte años de experimentación colectiva del potencial eufórico y de emancipación de la comunicación electrónica.

Historia

La escena de los medios tácticos de Amsterdam es el producto de los movimientos políticos y culturales iniciados en los años 60 y que culminan con el movimiento holandés de los squatters de los años 70. Los squatters holandeses no se interesaban solamente en el problema del alojamiento, sino que tuvieron una agenda política mucho más vasta, y sus campañas tenían

un impacto de largo alcance bastante significativo. Holanda fue el primer país en Europa que tuvo un sistema de tv vía cable desarrollado en todo el territorio nacional. A diferencia de muchos otros países, la tv vía cable no es considerada un lujo, sino un servicio, como el gas, el agua y la electricidad. Si se tiene un aparato de tv, en el 99% de los casos se tiene tv vía cable. Inexplicablemente, no obstante esta condición tecnológica muy privilegiada, la ley en materia de telecomunicaciones holandesa es tan rígida que se requirieron varios años para que fuera legal hacer una programación local. En este período, el cable era considerado un simple mejoramiento técnico de la calidad de las imágenes, y como un modo para importar programas del resto de Europa (y más tarde los medios globales como MTV, SKY, CNN, etc.). Solamente los artistas y los piratas se confrontaron fácticamente y con fuerza con esta situación.

Piratas

Además de experimentos especiales realizados por artistas visuales, los actores principales fueron un grupo de "piratas mediáticos" que surgieron de la exuberante escena cultural del movimiento squatter de los años 70. En particular PKP, que luego se denominaría *Rabotnik*. Algunas radios como Radio 1 y Patapou aún permanecen como "piratas". Cualquiera que haya visitado Amsterdam en los años 70 y 80, habría considerado que algunos de los mejores lugares de la ciudad eran los bar y pubs squatter, y si se hubieran quedado un poco más y hubieran mirado mejor, habrían encontrado también un área de medios muy vital, con periódicos, zines, estaciones de radio pirata y canales televisivos. Técnicamente era simple: los piratas ubicaban los transmisores cerca de una gran antena parabólica usada por los operadores satelitales y sencillamente insertaban sus propias transmisiones, que eran transmitidas automáticamente a toda la ciudad. Los programas que realizaban eran populares e innovadores. La popularidad de los programas pirata demostró a las autoridades que se tenía que crear un marco legal, y ese marco que surgió se llamó *Open Channel*. El mismo tenía que ser administrado por una organización nombrada por el gobierno, llamada SALTO. Así, no obstante el cable estuviera difundido en toda Holanda, solamente Amsterdam tiene un verdadero sistema de acceso público. Y esto se lo debe a los piratas y a los artistas. Aunque necesitemos libertad, la televisión -a diferencia de la red- no puede ser libre para todos. Tiene que haber algún tipo de estructura, y en el caso de Amsterdam, se creó SALTO, que es la autoridad que controla la radio y televisión locales de Amsterdam. Por estatuto, es obligatorio que el canal abierto sea culturalmente representativo de la ciudad. En otras palabras, se garantiza que los principales grupos étnicos y sociales tengan visibilidad. Es este el enfoque que diferencia el acceso por comunidad del acceso público, que está basado en el principio de "primero el que llega primero". El sistema público es el sistema dominante en los EE.UU., el lugar de nacimiento de los canales abiertos vía cable. Es también el camino que siguió el canal abierto de Berlín, la única gran ciudad en Europa que, con una política de acceso público, está intentando seguir el ejemplo de Amsterdam.

Los medios tácticos y el establishment político

En la última década, el modelo de SALTO permitió el crecimiento de una rica mezcla cultural, y creó extrañas alianzas entre el gobierno local y los grupos que hacen televisión táctica. Este proceso comenzó en 1989 cuando la municipalidad solicitó a la tv pirata *Staads Tv Rabotnik* que cubra los resultados de las elecciones locales. De los diversos grupos que realizan trabajos para Open Channel, *Rabotnik* es el único que mantuvo su identidad de los tiempos "pirata". Sus profundas raíces en el tejido ciudadano le permiten entrar en contacto y reflexionar sobre la verdadera esencia de la ciudad. Durante las elecciones, su talento por la espontaneidad y la claridad, tuvo efectos particularmente positivos, logrando subvertir completamente los tonos comunes de los anodinos análisis político-electorales. El principal cotidiano holandés "NCR Handesbad", tomó nota de este éxito -confrontándolo con el fracaso de la televisión nacional, sosteniendo que habían logrado incorporar la dramaticidad de los problemas locales en el proceso político.

Next 5 Minutes

Tres años después, un grupo de activistas de la escena de los medios tácticos de Amsterdam,

comenzó a pensar en cuántos como nosotros -en el mundo-, creían en la televisión como objeto potencialmente emancipatorio y participativo. Conocíamos algunas realidades como Social Disaogue's samizdat en Rumania, o Gay Men's Health Crisis en cuyo programa semanal, "Vivir con Sida", informaba regularmente en los canales de Nueva York. Sabíamos que habían más, ¿pero cuántos? Para discutir sobre esto, organizamos una conferencia sobre los "medios tácticos", para reunir conjuntamente a todos los que estuvieran comprometidos en el proceso de democratización de la televisión. No importaba si provenían de los medios denominados "grandes", "masivos" o de aquellos alternativos. Nuestro deseo era, en efecto, el de subvertir esta dicotomía esclerotizante, y esta fue la razón por la cual lo denominamos con el término "televisión táctica". El evento, el primer *Next 5 Minutes*, se realizó en 1993, el año en el cual la revolución de las conexiones digitales entró en el imaginario colectivo como cultura *wired* [en la jerga digital, cableada/conectada]. Para los que participaron -y fueron muchos-, el primer *Next 5 Minutes* fue un momento casi utópico en el cual los fragmentos parecían reunirse en un único organismo, formando un conjunto que iluminaba tanto el presente como el pasado. En la práctica, a nivel local, el rol y la importancia de la tv táctica habían crecido mucho. Muchos grupos que nunca habían trabajado juntos, comenzaron a hacerlo y todavía lo hacen, y las transmisiones en vivo creadas por operadores de los medios tácticos cesaron de ser una rareza y se convirtieron en algo de rutina. Algunas ideas que surgieron en el evento, como una red que conectase las diversas realidades locales, fueron incorporadas en la programación nacional holandesa como VPRO World Receiver; este proyecto es un programa mensual que participa y encomienda trabajos a operadores de tv tácticas en toda Europa.

Una ciudad digital

Si bien esta historia se relaciona en primer lugar con la televisión, el nacimiento de Digital City en 1994 tuvo una influencia tan potente en el escenario de los medios tácticos locales que no es posible no mencionarlo. De hecho, su impacto nacional e internacional eclipsó todos los otros proyectos que surgieron de la escena de Amsterdam. Habiendo nacido en el 94, durante el período de un nuevo ciclo de elecciones locales y nacionales en Europa, Digital City surgió como una alianza entre, por un lado, algunas de las tradiciones squatter que trabajaban en los medios masivos, como Marleen Sticker de De Balie, y por el otro Hacktic, una generación de hackers más joven y operadores del servidor xs4all. Inteligentemente utilizaron las elecciones como una ocasión para recoger fondos, sosteniendo que estaban realizando "un experimento sobre las relaciones ciudadano-política en la era digital". En realidad, estaban haciendo mucho más. Estaban creando una red pública en Amsterdam, con terminales gratuitos, que pronto se convertiría en un modelo para las redes públicas en toda Europa.

No obstante, esta asociación entre Digital City y las elecciones favoreció, desde los inicios, incomprendimientos entre los organizadores y los usuarios, que visualizaron a la City como una organización democrática.

Uno de los directores, Joost Flynt, intentó más tarde defender su posición como una autocracia benévola, "aunque para mí, Digital City no sea un medio y no tenga editores. Pero hay una gestión. La metáfora de la ciudad podría llevar a malentendidos, porque se podría decir que el sistema no está organizado democráticamente. Es un proyecto administrado como una empresa; el grupo que dirige establece un estándar, una cuota (1MB), pero después no influye sobre el contenido. Algunos usuarios sostienen que son ellos quienes tienen la última palabra. Yo leo el periódico, pero no pongo en discusión su propiedad, voy a la biblioteca pero no me siento como si fuera su dueño. Es frustrante que un grupo de personas ponga en discusión tu autoridad respecto a un servicio que estás poniendo a disposición gratuitamente." A pesar de las discusiones políticas y las luchas de poder, desde el inicio, el proceso tuvo un éxito increíble. Proporcionó a muchos ciudadanos holandeses la primera prueba de lo que era Internet, y creó un punto de referencia para todas las discusiones sobre las redes ciudadanas. Su éxito constituye el ejemplo a mostrar hacia los que creen que las inversiones públicas no tienen que tener ningún rol en la revolución de la comunicación. No obstante las dificultades, Digital City continuó a crecer no solamente en su aspecto exterior, pasando de simples menús a sofisticadas gráficas 3D, sino también y principalmente, en la complejidad y en la riqueza de su organización social. Como los locales con acceso a Internet, también la comunidad de la City crece exponencialmente, con alrededor de 200 nuevos miembros por día. Como cada

verdadera ciudad no es una comunidad, sino una "asamblea de comunidades locales virtuales". En efecto, una parte importante del tráfico y de los accesos proviene no solamente desde fuera de Amsterdam, sino también desde fuera de Holanda. Hay muchos residentes del exterior de Holanda que mantienen una vida social en los cafés y en los MUDS de la DDS. O que leen y contribuyen en los periódicos de los ciudadanos de DDS. Los contactos entre los ciudadanos no solamente son virtuales, sino que algunos grupos nacidos on-line como Metro y Central Café, tienen momentos de encuentro también en la vida real. En este momento se están experimentando diversas soluciones, por ejemplo los cafés que una vez estaban separados por tema, ahora se reúnen en un único Café con temas de discusión diversos por mesas. (para un tratamiento más profundo de DDS, sugiero la lectura del texto escrito por Geert Lovink en 1995 para el simposio Wired World).

Zoo TV y otras

En el mismo período en el cual nació Digital City, un grupo aún más marginal, se beneficiaba con una nueva vuelta electoral. Ante el estupor de muchos, *The Hoeksteen Live* (uno de los grupos de mediactivistas más anárquicos y controvertidos) fueron invitados por el Consejo ciudadano de Amsterdam a cubrir con sus telecámaras, un evento político de una jornada, *De Stad Viseurs*. En esta jornada, los activistas mostraban sus ideas sobre aquello que tendría que ser el futuro de la ciudad de Amsterdam, prácticamente un mercado de ideas. Los políticos fueron invitados a debatir con los activistas, con la esperanza de establecer un puente de comunicación entre los partidos tradicionales y los que se sentían ajenos a los tradicionales procesos políticos. *The Hoeksteen* habían sido elegidos porque estaban en grado, con sus esfuerzos por demistificar la televisión, para combinar con la iniciativa *De Stad Viseurs* que tenía como objetivo desmitificar el proceso político. Durante el evento hubo incomprendimientos en el grupo, y dos de sus miembros se separaron y se unieron a otras realidades independientes para crear el grupo Beurs TV. De hecho, las divergencias nacieron a partir del enfoque "fundamentalista" de *The Hoeksteen* sobre el hacer televisión partiendo de la electrónica de consumo masivo, con todo entregado por "bakfiets", una especie de vehículos a pedales, y tranvías. No obstante, el grupo expandió sus canales de comunicación, hasta incluir videoteléfonos ubicados en los cafés y en los bares, desde los cuales la gente podía llamar a Beurs TV para expresar sus opiniones o hacer preguntas a los políticos. Este tipo de alianzas entre miembros del establishment cultural y los mediactivistas es difícil de imaginar fuera de Amsterdam.

Hoeksteen o el fin de la televisión tal como la conocemos

The Hoeksteen Live es una de las entidades más interesantes en el panorama de los medios tácticos de Amsterdam. Comenzado cinco años atrás por el artista colombiano Raul Marroquin, el salto de calidad llega un año después, cuando Marroquin descubre que había un estudio en el SALTO, que por el precio de un dólar por hora, daba la posibilidad de hacer televisión en directo. En una noche, *Hoeksteen* se convirtió en una fiesta televisiva mensual ininterrumpida. Producido completamente con instrumentos no profesionales, telecámaras de aficionados combinadas con gráficos improvisados hechos con computadoras Amiga. Recientemente se agregaron equipos industriales para conferencias, permitiendo conexiones en directo con otras ciudades de Holanda y otras partes del mundo. La semana pasada, se realizó una conexión con dos teóricos de los medios que se encuentran en el Gertrude Stein Institute de New York, y en las siguientes transmisiones, Richard Barbrook del Hypermedia Centre de la Universidad de Westminster intervendrá en *The Hoeksteen*, en directo desde Cyberia en Londres. Nada mal para una televisión con pocos fondos.

Hoeksteen captura una audiencia notable porque logra atraer a celebridades. La combinación entre las capacidades de relacionamiento de Marroquin y del presentador, Otto Valkman, hace que cualquiera, desde Philip Glass a un ministro de gobierno estén más que felices por intervenir en el programa. La esencia de la transmisión es una atmósfera de imprevisibilidad, un miembro del parlamento muy conocido me ha revelado que, en una ocasión, le dieron una telecámara y fue incorporado en el equipo. En otra ocasión, el presentador, respondiendo a un pedido de una llamada nocturna, sacó su pene y se lo midió delante de las telecámaras. Es como imaginar la *Wahrol's Factory* (antes de Valerie Solanis), un

escenario para los voyeurs [mirones] y los exhibicionistas de la ciudad. Una fiesta que dura toda la noche con un flujo continuo de personajes no invitados; pero, a diferencia de la *Factory*, cuyos testimonios son fotografías y películas, el estudio de Marroquin ¡va por televisión en directo! Cuando le he comentado esta comparación wahroliana a Marroquin, él ha querido puntualizar que "en lo de Wahrol no había políticos". Con un gesto muy serio, continuó hablando de *The Hoksteen* como un programa cultural. Geert Lovink hace una descripción más precisa: "alta sociedad para medios populares". El rostro más conocido del programa, Otto Valkman, ha muerto recientemente. Estaba enfermo de cáncer desde hacía muchos meses, pero continuó conduciendo la transmisión hasta el final, e incluso anunció su muerte durante una transmisión, recibiendo muchísimas llamadas telefónicas de espectadores llorando. El hecho de haber mostrado la debilitación de su físico cotidianamente a causa de su enfermedad, puede parecer monstruoso, pero no es así: simplemente rechazaba retirarse en silencio, y ha continuado haciendo hasta el final lo que lo hacía sentirse vivo, es decir, aparecer en directo en televisión. *The Hoeksteen* representa lo mejor y lo peor de los medios de Amsterdam. Habiendo creado una tv de acceso público que reproduce la diversidad anárquica de la Red, los telespectadores de la ciudad tienen el dudoso privilegio de asistir a lo que es un escenario de pesadilla para los grandes medios, o sea, la desintegración. El final de la televisión, en televisión. En un cierto sentido, cuando las cosas están peor, tiene más éxito. Actualmente, en el Centre for Tactical Media, intentamos imaginar el modo para mejorar la televisión táctica de Amsterdam sin destruir su esencia. Hasta ahora, el resultado fue haber creado colectivamente un marco. Pero como las ostras, necesitamos más arena si queremos encontrar algo más que una cáscara vacía. La televisión de Amsterdam podría ser algo importante, pero actualmente parece estar en una trampa, incapaz de evadir los defectos de sus cualidades.

mayo de 1996

Experimentos tecnológicos en la televisión local de Amsterdam

Nicole Smits y Raoul Marroquin

hoeksteen.dds.nl

LA TRADICIÓN DE AMSTERDAM

El canal de tv de acceso público (*Amsterdam Open Access Channel*) está teniendo un éxito explosivo. Migrantes, estudiantes, predicadores, artistas realizan sus programas para su público local. Entre estos últimos, una parte creciente utiliza el canal de acceso público para experimentar nuevas formas de televisión con tecnologías informáticas y video. En Amsterdam, se experimentaron nuevos modos de hacer televisión sin inversiones de grandes capitales por parte del mundo industrial. Durante algunos fines de semana, la tv se transforma, y no es más igual a como estamos acostumbrados. Es algo no muy fácil de definir o describir. La tv se conecta con la computadora, se convierte en un medio bi-direccional y se realiza con telecámaras de aficionados y viejas computadoras Amiga.

No tiene que sorprender que el Canal Público de Amsterdam esté en la vanguardia de las experimentaciones de nuevas tecnologías. Desde los inicios, la Tv vía cable fue el paraíso de los primeros hackers televisivos. Cuando el cable fue introducido en Holanda, en 1978, para mejorar la calidad de la señal televisiva, por la noche los hackers ocupaban los canales vacíos. Eran absolutamente imprevisibles y sorprendentes, ofrecían programas completamente diversos respecto a los canales tradicionales: películas de aficionados, porno y experimentales aparecían por primera vez en las televisiones de Amsterdam. Fue en este período que muchas personas, desde los punks a los gerentes, tuvieron muchas noches de insomnio. En vista de que las incursiones en los canales eran ilegales, la compañía que administraba el cable se dotó de sistemas para evitar a los hackers. Pero el interés por las tv locales crecía y hubo muchísimas protestas. Esto llevó al nacimiento del Canal de Acceso Público, con una organización responsable para dar acceso a los diversos grupos sociales y permitirles realizar programas radiofónicos y televisivos.

Cuando la estructura de la tv local comenzó a delinearse, muchos "piratas" empezaron a producir transmisiones regulares, como por ejemplo *Staats Tv-Rabotnik*, uno de los programas más famosos. La actitud anárquica, las entrevistas incisivas y el estilo underground eran los ingredientes de su especial programa cultural. SALTO, el ente que coordina la programación de los canales, intenta dar espacio a todos los grupos de la ciudad. Todo lo que representa una idea innovadora tiene prioridad, y puede contar con una amplia disponibilidad de espacio televisivo. Por eso, en Amsterdam, los hackers televisivos encuentran espacio para experimentar en la televisión local.

TV 3000

Domingo por la tarde, Public Access Channel. TV 3000. Música house, un teléfono en la pantalla, un número. Alguien marca el número y el programa comienza presentando TV3000. Se puede elegir un número y en la pantalla aparecen seis opciones: visitar el zoo, qué hora es, crea tu escritorio de batería, jugar a ser "mirón". El espectador elige un número y se ven 5 relojes en 5 lugares diferentes. Se ve el reloj en una estación, un reloj despertador en un dormitorio. El espectador sucesivo selecciona la telecámara en movimiento. Tocando las teclas del teléfono, puede moverse una telecámara automática que toma una plaza de Amsterdam. Televisión interactiva, no es necesario esperar las autopistas informáticas para tenerla: esta es la idea de TV3000, un grupo de artistas que exploran diversas formas de interactividad. Han trabajado en programas de entretenimiento, para invitar a los espectadores a participar. Trabajan con equipos relativamente simples, y con sus programas, demuestran que para ser interactivos, es suficiente con el teléfono.

Hoeksteen Live.

Sábado por la noche: *Hoeksteen Live*. 16 horas de televisión en vivo que comienzan a las 20.00. Una multitud de artistas, políticos y otros extravagantes están reunidos en el estudio en el centro de Amsterdam, esperando salir al aire. La telecámara pasea en la plaza cercana,

entrevistando a los peatones. Los telespectadores pueden mandar comentarios a través de una conexión vía internet. La noche apenas ha comenzado: se sucederán entrevistas y performances, la cámara pasará de mano en mano, continuamente quitada por un invitado a otro. Hacia las 3 de la mañana, cuando la mayor parte de los participantes ya se haya ido, comienza el espacio de las llamadas telefónicas en directo, que seguirá hasta la tarde del domingo, cuando comienza el *Kunst Kanaal*, un programa dedicado al arte. Esto no es tv hi-tech hecha por manipuladores, son solamente un grupo de maniáticos de la tv que usan la imaginación, trabajando con cualquier cosa que se presente. Dado que Amsterdam no es una ciudad hecha para los automóviles, el programa se llama también "bakfiets tv" (los bakfiets son un tipo de vehículo a pedales) porque el equipamiento del estudio, tomado en préstamo de varias partes, se transporta habitualmente en bicicleta.

Hoeksteen Live utiliza equipos para aficionados desde los comienzos, donde la telecámara es su instrumento principal. La Video 8 no solamente permite contener los costos, sino que asegura también una gran flexibilidad: con las mejoras aportadas por el TBC (Time Base Corrector) y otros equipos para la amplificación de la señal, aún las telecámaras de bajo costo se convierten en adecuadas para las transmisiones digitales. Rompiendo las reglas de la alta calidad, la producción de programas televisivos es tan simple como usar el teléfono. Esto ha producido un nuevo fenómeno: cualquiera puede hacer televisión en cualquier momento. El "acceso público" adquirió un nuevo significado desde que cualquiera puede entrar en el estudio y contribuir en la tv maratón. A menudo, personas que asisten a los debates en televisión, salen de su casa y van al estudio para ver a los invitados y continuar la discusión personalmente. *Hoeksteen Live* lanzó otros proyectos que continúan estas líneas de desarrollo: en los meses de verano, cuando la mayor parte de los operadores de la tv se toman una pausa, comienza *Surveillance TV*. El estudio está equipado con una telecámara de vigilancia y un micrófono, ambos con transmisión televisiva en directo. Cualquiera puede venir y aparecer en vivo en video, desde las 22.00 a las 10.00 hs del día siguiente.

Pizza TV de Rotterdam es otra posibilidad, realiza lo que se podría considerar un anticipo de la tv bi-direccional. El espectador llama, hace su encargo, y realiza su "espacio de programación". Un "Pizza Boy", que comunmente entrega pizza con su motocicleta, se presenta delante de la puerta con la telecámara, registra la performance del telespectador, y luego vuelve al estudio. Unas horas después, se transmite al aire.

Hoeksteen Live comenzó como un programa con fines puramente artísticos, en los cuales obras de video se transmitían vía cable. Durante el evento *Next Five Minutes*, conferencia sobre los medios tácticos, en enero de 1993, *Hoeksteen* transmitió en directo, introduciendo de este modo el concepto de un estudio televisivo "abierto" en el aire durante una noche completa. Esto dio inicio a una ola de programas en directo de gran éxito.

Las líneas telefónicas siempre tienen su parte en el programa, es más, se puede decir que las llamadas telefónicas tienen un rol central. Después de algunos meses, los BBS [Bulletin Board System] fueron incorporadas en el programa. Las conversaciones en red han desarrollado una especie de "programa paralelo" con comentarios sobre los diversos temas de discusión. Esto ha creado una cooperación entre los navegantes de la red y los telespectadores. Mediante el uso de los BBS, el programa se convirtió en "translocal", dado que cualquiera, desde cualquier parte del mundo, puede entrar en el programa e ir y salir en directo en la televisión vía cable de Amsterdam, es más, algunas intervenciones vía red se han convertido en citas fijas: la galería John Good de New York participa en cada transmisión vía BBS.

Pausa veraniega en SALTO

Normalmente, durante los meses de verano (julio y agosto), muchos de los programas de las televisiones locales interrumpen sus transmisiones. Desde 1993, este período es usado por algunas organizaciones involucradas en la realización de programas de verano. En 1993, *Inprink TV* (Log in TV) comenzó a transmitir en el período veraniego. *Inprink TV* consiste en transmisiones en directo (con duración variable desde los 30 segundos a los 4 minutos) con entrevistas y performance expresamente estudiadas y realizadas por este programa. *Inprink TV* se incorpora por intervalos dentro de la programación regular administrada por SALTO. Esta fórmula luego fue adoptada para otros eventos como elecciones locales, nacionales y europeas, y para el Amsterdam Fair Art de 1993 y 1994.

Smart TV

Viernes por la noche. *Smart TV*. Una entrevista vía ISDN con Derrick de Kerckhove, del McLuhan Institute de Toronto, está concluyendo. Hay un poco de confusión. La telecámara se mueve buscando un nuevo sujeto: la conductora se mueve hacia la computadora en la cual se visualizan algunos archivos midi enviados por el público. Informa luego a los telespectadores que los archivos pueden ser enviados vía modem a Digital City, el proyecto de red cívica de la ciudad de Amsterdam.

Contemporáneamente, dentro del estudio, un grupo de compositores recomponen y mezclan las piezas apenas llegadas, creando nuevas. En la pantalla, se ven archivos midi ubicados en puntos diversos de un mapa de la ciudad, y se reproducen algunos temas. Cambio de imagen, hay una entrevista a unos músicos del Studio Steim, un centro de referencia para quien hace música electrónica en la ciudad. El programa termina luego involucrando a los telespectadores, que son invitados a tocar una batería virtual mediante las teclas del teléfono. Cada número corresponde a un sonido.

Smart TV es un proyecto que reúne televisiones y redes informáticas: ha sido desarrollado durante el nacimiento de Digital City, la freenet [red libre] de Amsterdam. Digital City abrió la red a los ciudadanos de Amsterdam, y todo gratuitamente. Se trata del primer experimento de red cívica en Europa. Como se puede deducir de su nombre, está realizada como una ciudad, con diversas áreas. Se puede chatear en el café, leer las noticias en el espacio dedicado a ello, entrar en grupos de discusión sobre los argumentos más disparatados. Otras posibilidades son el envío de archivos musicales, participar en el diseño de un logo de la ciudad, incorporarse a la programación de radio. *Smart TV* ha realizado muchas transmisiones mostrando las potencialidades de Digital City, explicando el funcionamiento de la red, presentando artistas, hackers y mediactivistas de todo el mundo. Su programa no muestra solamente mensajes de texto, sino también imágenes y sonidos. En uno de los programas fue incorporada la radio, reuniendo navegantes, radioescuchas y telespectadores en un único gran show. La combinación de todos estos medios constituye el prototipo de una televisión "de muchos a muchos".

La televisión actual

Todos los experimentos citados han puesto en discusión y analizado el significado y el rol de la televisión actual. La TV no es solamente UNA cosa, sino que tiene muchos objetivos y estilos diversos entre sí. Migranten Televisie, la más grande organización para la producción de programas para las minorías locales, tiene una línea editorial muy diferente con relación a la mayor parte de las tecno-tribus. Mientras que *Hoeksteen* muestra todo el estudio, todos los errores, y crea una atmósfera desmitificante del mundo televisivo, la TV de los migrantes busca la imagen perfecta, en pocas palabras, la tv real tradicional.

Esto es lo que los telespectadores de este programa quieren: la idea de que el programa televisivo sea "verdadero" y profesional. Estas tribus tecnológicas están transformando la televisión en un sistema bi-direccional, aún sin conexiones hiperveloces, combinando óptimamente high y low-tech. Todo esto, finalmente, puede significar una televisión sin programa, aún cuando el público no lo haga por sí mismo interactuando con el aparato de televisión.

Pero todavía no fueron mencionados otros ejemplos posibles de televisión. Se trata de programas realizados en el Canal Abierto por la noche, el primero es *Park*. Este grupo da espacio a obras realizadas por artistas de video, que se transmiten cada noche desde las 2 a las 3 de la madrugada. Su eslogan es: "Imágenes y sonidos puros, grábenlos!", y es precisamente lo que obtienen. Las imágenes y sonidos transforman la TV en un espectáculo hipnótico. Es un perfecto fondo en movimiento, efecto *wallpaper*, con imágenes, sonidos y colores en loop [repetición ininterrumpida]. La dirección tomada por Desktop Television es diferente, una transmisión completamente administrada por una computadora Amiga. Los artistas participan enviando pequeñas animaciones computarizadas. En el escritorio también se pueden encontrar panfletos, textos, poesías, y en breve se agregarán servicios completamente automatizados como pronósticos del tiempo e informaciones sobre el tráfico. Otra iniciativa retoma una vieja tradición de Amsterdam. El canal Home Video transmite

cualquier video realizado por los telespectadores, desde películas de vacaciones a matrimoniales, ficción de aficionados y películas porno. Esto se relaciona con la primera verdadera motivación del hacer televisión vía cable, es decir, que cualquiera pueda realizar películas y programas que luego van a ser transmitidos.

Hasta ahora, el canal de acceso público de Amsterdam fue uno de los canales televisivos más innovadores y variados del mundo, reuniendo en su interior mediactivistas, artistas de video, minorías étnicas, grupos homosexuales, grupos religiosos, tecno-tribus y otros. Todo esto fue posible gracias a los costos muy reducidos y la política abierta de SALTO, la organización-paraguas que coordina las programaciones de la red, que ha alentado a muchos amantes de los medios a convertirse en productores televisivos.

La programación local, tanto radiofónica como televisiva, fue posible en primer lugar porque el 90% del país está cubierto vía cable. Este fue un óptimo terreno para el desarrollo de muchas experimentaciones diversas. Sobre todo, los costos para los usuarios se mantienen deliberadamente muy bajos, para convertir la vía cable accesible para todos.

Muchos programas se realizan con videocámaras profesionales, como Betacam o Umatic SP. En esto, el público de Hoeksteen es diferente del público de los canales dedicados a las comunidades de migrantes, que realizan programas muy profesionales considerando su presupuesto. Su público se quiere identificar con una programación que tenga el aspecto de la "oficial", es decir: bien organizada, estudios bien iluminados, nada de caos, con el clásico presentador. En la práctica, todos los tópicos de la tv nacional.

Actualmente, los programas experimentales están estudiando nuevas integraciones entre nuevas tecnologías y la realización de programas televisivos. No están "obsesionados" por lo nuevo, ni obsesionados por los gastos necesarios para la compra de la última computadora superveloz; el objetivo es realizar los programas, no concentrarse sobre las aplicaciones comerciales de la tv interactiva. El uso de la tecnología "doméstica" ya es una tradición en estos lugares: una simple computadora Amiga encontró muchísimas aplicaciones en programas como Desktop TV, hecho de breves animaciones computarizadas en la pantalla. Las BBS estuvieron en los comienzos de una televisión "de muchos a muchos" como la transmisión en directo de *Hoeksteen*. Combinan dos tipos de usuarios, los de las BBS y los fanáticos de los programas tv, y convierten lo que había nacido como local en un hecho global: personas de todo el mundo se conectan y comunican con los espectadores de Amsterdam.

Minimal TV

Giacomo Verde y Quinta Parete Network [Red Quinta Pared]

Minimal TV es la televisión más pequeña del mundo: transmite sus programas vía cable hacia algunos monitores dispuestos en la calle o en algunos lugares públicos. Puede funcionar en ocasión de fiestas de pueblo, muestras de arte, eventos callejeros, escuelas, fiestas privadas, matrimonios, etc.; resumiendo, en situaciones donde se desarrolla un evento que involucra de manera particular a los participantes. "La tv es de quien la hace" es la filosofía que anima el proyecto, y con Minimal TV cualquiera, al menos por un día, puede construir su red privada. Los temas y el horario de transmisión pueden adaptarse a cualquier tipo de exigencia: desde lo serio a lo cómico, de lo comercial a lo político, del experimentalismo artístico a la didáctica. Con Minimal TV se demuestra que cada evento puede transformarse, artesanalmente, en un evento televisivo, en el cual -a diferencia de lo que sucede en la tv generalista- el público está realmente involucrado convirtiéndose en protagonista y productor. Las transmisiones se realizan a través de la intervención continua de los telespectadores y la grilla de programación es continuamente modificada para adaptarse a los estímulos que nacen trabajando en conjunto con la gente del lugar y los peatones. Minimal TV es hacer televisión en grado cero, para revelar la inconsistencia de la imagen tv y de su autoritarismo jerárquico (porque "la televisión no existe: son solamente figuras"), pero también para producir el protagonismo del público, transformando un canal televisivo (aún cuando sea "mínimo") en un instrumento de producción de espíritu comunitario, un generador de red. Minimal TV sirve también para proponer, mediante instrumentos de tecnología pobre, un modelo de red que desmitifica la conjunción -dominante en tiempos de la mitología Internet- entre comunicación colectiva y hi-tech. Minimal TV debutó en Vinci, del 23 al 26 de julio de 1996 (y se llamó Vinci Minimal TV), con Giallo Mare Minimal Teatro en ocasión del festival Multiscena, transmitiendo cada noche desde la Biblioteca Leonardiana de Vinci hacia tres monitores y un videoprojector colocados en zonas estratégicas del área del castillo de esa ciudad. Sus programas afrontaban en modo lúdico los temas relacionados a la vida de la ciudad y de los espectadores de la velada. Además, los peatones podían dialogar con el conductor a través de un video-box dispuesto en la calle brindando su imagen, o también una declaración en el sitio Internet de la manifestación mediante un Net-box conectado tanto a la red como al mini estudio televisivo. Minimal TV propuso, por lo tanto, sus transmisiones: en Empoli, el 25 y 26 de Octubre de 1996 en el Claustro de los Agostinianos, en ocasión de la reseña multidisciplinaria "Under 30", adoptando el nombre de "U3 minimal Tv"; en Fossalunga, en la provincia de Treviso, durante la fiesta popular de Santa Ágata durante los fines de semana del 26 de enero y 2 de febrero de 1997; en Cernobio, en el Lago de cómo, en ocasión del laboratorio multimedia preparado para Kid Screen en noviembre de 1997; en San Giovanni Val d'Arno, en el espacio expositivo Casa Masaccio, en ocasión de la muestra colectiva "Something old, something new, something borrowed, something blue" [Algo viejo, algo nuevo, algo prestado, algo azul], a cargo de R. Selvaggio, el 1 de octubre de 1999. Además, la documentación producida en estas transmisiones, ha sido repetidamente propuesta en eventos expositivos, como "obra de arte".

Una descripción técnica

La característica de la Minimal TV es el uso creativo y atractivo de tecnología doméstica. La intención es desdramatizar la televisión poniéndola "al alcance de la mano". Las transmisiones se realizan con una telecámara de aficionados, un mini-mezclador de audio-video y una computadora Apple para los jingles, más dos cámaras de video en S.VHS para los servicios grabados y el video-box. Algo fundamental para el funcionamiento de la performance es la elección de los lugares donde se ubican el estudio, el video-box y monitores, lugares que tienen que ser fuertemente significativos como puntos de referencia para la comunidad con la cual Minimal TV tiene que interactuar.

Minimal TV parece una tontería (se ríen mucho de ella), pero no lo es. Una de las características de esta experiencia es el uso de baja tecnología, tecnología pobre, a disposición de todos: porque precisamente poniendo las manos en los VHS, los videoregistradores y las cosas que todos tienen en casa, se puede iniciar a entender como

funciona la televisión. Por lo general, la gente percibe el sistema televisivo como algo monstruoso, gigantesco, lejano, por lo cual o se apaga la televisión o se acepta lo que es. La otra característica fundamental es el uso de la transmisión en directo (desde un estudio fácilmente accesible) en diálogo permanente con los espectadores colocados frente a uno de los televisores en la calle: una especie de videoteléfono (el video-box). De este modo, con el uso mínimo de servicios ya grabados, se crean eventos de video continuamente con la transformación de cada persona en "personaje". Así, los minimal-telespectadores se transforman en tele-actores, experimentando la transfiguración de la realidad en imagen televisiva directamente sobre su propia piel y en tiempo real. Hemos hecho Minimal TV en cuatro países, también en ocasión de fiestas populares. Lo más interesante es que después de un rato, la gente que veía y participaba de las transmisiones en la calle, comenzó a tomar en mano la tv sin imitar lo que son los normales géneros televisivos. A menudo, cuando un "videoaficionado" toma una telecámara, intenta imitar la televisión, reproduce la publicidad, hace telenoticieros o hace cabaret. En cambio, desde el momento en el cual se da a la gente un tipo de estímulo diverso, surgen modalidades comunicativas, de puesta en juego de la propia imagen y de la imagen social que, paradójicamente, contradicen las que parecen ser las lógicas consolidadas de la comunicación televisiva. Entonces me pongo a pensar: ¿quién dice que la televisión que vemos tiene que estar hecha de este modo? ¿Es suficiente un pequeño estímulo, un pequeño descarte perceptivo para que la gente (de los ancianos a los niños) comience a usar y percibir a la televisión de un modo diferente?

Minimal TV es una producción Quinta Parete Network: Federico Bucalossi (cámara y mezclador computarizado artístico), Vanni Cilluffo / Sasa' Nothing (conductor), Francesco Galluzzi / Rorò (enviado especial y video-box), Claudio Parrini (gerente Internet-box), Alessandro Barbadoro (mezclador audio-video), Giacomo Verde (cámara y gurú televisivo). Colaboradores: Vania Pucci, Gabriele Coassin, Fabio Fuser, Rossano Monti, Davide Bianco, Walter Bencini, Michele Conti. Sitio internet: <http://www.minimaltv.cjb.net/> E-mail: info@minimaltv.cjb.net.

6. Por un dominio público de los medios

Por un dominio público de los medios. Nuevas estrategias para nuevos espacios

Matteo Pasquinelli

www.rekombinant.org

¿Por qué detenerse a reivindicar derechos solamente sobre los espacios ya existentes y no imaginar y construir, en cambio, espacios independientes absolutamente nuevos? Desde las batallas sindicales a los derechos digitales, las campañas de los activistas globales y de la sociedad civil parecen seguir inconscientemente una concepción de los "derechos" subjetiva y reactiva, que se limita a pedir concesiones dentro de espacios que pertenecen al estado o al capital, en vez de desarrollar planos de autonomía. Que quede claro, los derechos son los pestillos con los cuales se salvaguardan los límites del dominio público, son un modo para indicar el espacio de ciudadanía que tiene que ser cultivado y ampliado, pero este espacio aparece a menudo como suspendido del terreno real del *trabajo vivo* de la sociedad, y hoy aparece cada vez más como un espacio de otros concedido en usufructo limitado, desde el cual se hace mercado o que literalmente pertenece al mercado. En el campo de la comunicación es necesario imaginar un concepto nuevo de dominio público que sea activo, incisivo, crítico, autónomo, y que vaya más allá de la definición *liberal* que lo constituye en negativo, en oposición a las fuerzas externas del poder institucional y de la economía liberal. El objetivo principal de este capítulo es el de introducir y abrir finalmente también en Italia, un debate para una redefinición del concepto de Dominio Público, e imaginar nuevos espacios de plena ciudadanía para las fuerzas autónomas y vivas de la sociedad moderna. Junto a la lucha por los derechos de la comunicación reconocidos universalmente, colocamos la necesidad de imaginar, conquistar, construir nuevos espacios para los medios independientes y para toda la sociedad, nuevas dimensiones posibles de ciudadanía, vírgenes de toda territorialización estatal y comercial. Es necesario comenzar a considerar idealmente el dominio público como el plano, la esfera, la dimensión de acción de aquella autoorganización social que hemos visto emerger en estos años tanto en el sur y como en el norte del mundo. Un nuevo concepto y una nueva práctica de dominio público, que los activistas holandeses bautizan con el nombre de *Dominio Público 2.0* (www.waag.org/faq_publiekdomein2.0), tiene que ser las ganzúas con los cuales construir y ampliar un espacio político independiente, aquello que un tiempo fue la *res publica*. Dominio Público 2.0 es una plataforma con la cual abrazar y convertir finalmente en visibles, centenares de proyectos, prácticas, luchas que están yendo todas en la misma dirección, pero que no son concientes del marco común que las contiene. Naturalmente, una renovada conciencia social de la cosa pública no se aplica solamente a las cuestiones de la comunicación, sino que se convierte en algo útil para todos los otros temas sociales, como los espacios para las actividades culturales, los espacios de verde público, los recursos hídricos, el problema de la vivienda, la asistencia médica, etc. La esfera de los medios, por lo tanto, puede funcionar como prototipo y catalizador de la organización social.

Los instrumentos con los cuales se tiene que armar y materializar la nueva idea de dominio público tienen que ser múltiples, heterogéneos, tácticos. Dentro de esta nueva esfera se mueve, por ejemplo en Amsterdam, la campaña *We want bandwidth* (www.waag.org/bandwidth) [Queremos ancho de banda], que reclama ancho de banda y acceso a Internet para todos como derecho democrático fundamental, iniciativa gemela de la campaña norteamericana del Centro para la Democracia Digital para una Carta de los Derechos de Banda Ancha (www.democraticmedia.org). En Italia, la revista Decoder (www.decoder.it) lleva adelante una campaña similar en Milán, y tiene como objetivo el cableado de la ciudad por parte de una empresa privada, que ha impuesto

de hecho, un monopolio de la fibra óptica a nivel urbano y un servicio de acceso a Internet unidireccional en vez de bidireccional. En inglés se denomina *dark fiber*, "fibra oscura", a la fibra óptica que no está "encendida", es decir, que no transmite datos y que no se usa. Se calcula que las dorsales de fibra óptica suboceánica están siendo usadas solamente al 2% (!) y la situación de las ciudades italianas no es diversa. Por lo tanto, estas campañas contemplan como terreno de lucha la *dark fiber* que los proveedores comerciales podrían conceder (a costo cero para sus balances) a proyectos no lucrativos y de utilidad social o cultural. Entre los recursos italianos se señala también el proyecto de red *Più megabit per tutti* [Más megabits para todos] que, en perfecta sintonía con la tradicional actitud de la política italiana respecto a los medios y la comunicación, no parece contemplar ninguna perspectiva social y cultural para un dominio público de estas tecnologías (www.nwork.it/Margabanda).

Pero no está dicho que los instrumentos para la ampliación del dominio público de los medios y de los recursos de comunicación necesariamente tengan que ser campañas civiles. Nuevos software o prácticas de *hacking* demostraron ser mucho más eficientes. Piénsese en Napster, Gnutella, Freenet y todo el P2P [peer to peer], que de hecho construyeron nuevos espacios de intercambio y socialidad incontrolables desde el estado y las empresas. En el campo de los recursos de banda se indica el ejemplo de *Mozzarella* (www.s0ftpj.org/bfi/online/bfi10/BFi10-13.html), un software gratuito y anónimo difundido en red que, en pocas palabras, reestablece el acceso de red brindado por algunas empresas, de unidireccional a bidireccional, haciendo fracasar el intento de imponer nuevamente una cultura *push media* dentro de la red. De este modo, se puede utilizar la banda ancha para hacer funcionar un servidor Internet con total autonomía en la computadora doméstica, y volver a ser un nodo activo de la red, en vez de ser simplemente pasivo.

Este ejemplo se indica para demostrar cómo las fuerzas de la inteligencia colectiva logran contaminar las infraestructuras comerciales y las transforman en medios "tácticos", libres, abiertos, horizontales, y también para indicar cómo la batalla por los derechos al acceso se combate a menudo -guste o no- en el mismo plano utilizado por las realidades "enemigas". No obstante, la nobleza de la batalla por los derechos al acceso no tiene que remover o esconder en el sótano, la cruda necesidad económica que está detrás de todos los proyectos de comunicación, aún los más "radicales". Una visión realista del dominio público se tiene que aplicar también a las fuentes financieras gracias a las cuales los medios masivos alimentan sus imperios. En el norte de Europa, por ejemplo en Holanda, los medios comunitarios e independientes hace años que son contemplados en el presupuesto nacional para la comunicación.

La propuesta de Paolo Soglia de Radio Città del Capo de Bolonia, para aplicar un "ocho por mil" para la comunicación independiente se coloca entre los instrumentos con los cuales *hacer* dominio público.

Ampliando aún más la perspectiva e interceptando las voluntades de independencia de la sociedad, no se puede no afrontar la cuestión de la autonomía económica en su complejidad. Como una nueva idea de dominio público introduce una distinción entre la esfera estatal y la capitalista, así también una nueva concepción "táctica" se tiene que imponer para los modelos económicos del movimiento y de la autonomía social. El proyecto Publicidad Ética (www.pubblicitaetica.org), que surge de la idea de reivindicar y autogestionar la economía de la atención de la comunidad a las cuales pertenecemos, no es solamente una estrategia innovadora de marketing para brindar autonomía económica a las propias comunidades y a sus proyectos de comunicación, sino que es un instrumento para desorientar la economía de mercado y proponer modelos sostenibles, colectivos y democráticos. Definir la identidad de un nuevo dominio público es el paso que falta para dar finalmente un rostro, un marco, un hogar a los miles de proyectos de comunicación independiente y autoorganización social que emergieron estos años, exploradores de espacios imaginarios que serán habitados por las sociedades del futuro.

Preguntas frecuentes sobre el Dominio Público

Society for Old and New Media, De Waag [Sociedad para los Viejos y Nuevos Medios]

La versión original de esta FAQ fue redactada por la *Society for Old and New Media* (De Waag) de Amsterdam en abril de 1998 por Robert van Boeschoten, Eric Kluitenberg, Geert Lovink, Reinder Rustema y Marleen Stikker [www.waag.org/faq_publiekdomein2.0]. La última actualización fue realizada por Eric Kluitenberg, el 16 de enero de 1999.

A propósito de esta FAQ

Esta FAQ (*Frequently Asked Question*, Preguntas Frecuentes) sobre el dominio público fueron reeditadas aproximadamente un año después de su primera publicación en holandés. La versión holandesa fue el resultado de una amplia investigación pública, denominada *Dominio Público 2.0*, que fue llevada a cabo por la *Sociedad para los Viejos y Nuevos Medios* (De Waag) a inicios de 1998. A pesar de que la iniciativa inicialmente se encontró un escepticismo general, se alentó un debate sobre las posibilidades y los límites de la construcción de un dominio público digital, del cual esta FAQ representa uno de los resultados. La investigación *Dominio Público 2.0* ofreció además un terreno fértil para el primer *International Browser Day* [Día Internacional del Navegador], un concurso para estudiantes de *interaction design* [diseño interactivo] para nuevos proyectos de navegadores para Internet, que brindó más de 30 ideas y prototipos sorprendentes para dar una interface y navegar espacios de información y la red.

La retórica de la "Autopistas/Carreteras de la Información" y de la "Revolución Digital" están dominadas por discursos anti-estatales y neoliberales. El proyecto *Dominio Público 2.0* puso en cuestionamiento la naturaleza autorreferencial de estas afirmaciones. El proyecto puede ser visto como un intento de reafirmar una acción pública en la era de la información, no como un dato sino como una esfera que, urgentemente, tiene que ser reinventada para dar una dirección a las condiciones de una era de información global y sistemas de comunicación que se está desplegando bajo nuestra vista.

1 - ¿Qué es el dominio público?

En primer lugar, el dominio público como un espacio social y cultural, tendría que ser distinto de su definición jurídica. El dominio público tradicionalmente se entiende como un espacio común compartido de ideas, de memorias y de las manifestaciones físicas que las encarnan. Los monumentos como encarnación física de la memoria y de la historia de la comunidad ejemplifican este principio muy claramente. Acceso, significado, disgusto y apropiación de un monumento público son las formas tradicionales con las cuales emergen las batallas políticas sobre la memoria y la historia colectiva.

Definición jurídica: 1: terreno poseído directamente por el gobierno. 2: la rama que abraza los derechos de propiedad que pertenecen a toda la comunidad, no están protegidos por derechos de autor o patentes, y están sujetos a la apropiación de todos. (Fecha: 1832. Fuente *Webster Dictionary*, www.m-w.com/dictionary).

Lo que hoy se denomina "dominio público" consiste en una multiplicidad de lugares y espacios virtuales, en los cuales las personas se encuentran, pero no principalmente para descubrir diferencias, sino para encontrar acuerdos. Acuerdo con lo que, en ese momento en particular, constituye la identidad que elegiste. Si bien cada una de las diferencias buscan su lugar y sus direcciones, el dominio público como una extensión de lo que es privado.

Esma Moukthar, *Publiek domein Amsterdam*, 1998

Moukthar opone esta definición a la de Hanna Arendt: "El espacio creado por la pluralidad de las personas"

2 - ¿Qué es el dominio público 2.0?

El Dominio Público 2.0 es el espacio público futuro en un ecosistema de medios digitales. Un espacio que no está dominado ni por intereses comerciales (*market-driven*) ni tampoco está monopolizado por el Estado. Además de la información públicamente accesible, la participación pública activa es una característica distintiva del Dominio Público 2.0. Es el público quien determina en parte el diseño y el contenido de este nuevo espacio público.

Muchas discusiones relacionadas con la sociedad de la información tienden a enfatizar tanto el rol de la industria o el del Estado. El tercer sector está visiblemente ausente en estas discusiones: organizaciones sociales y culturales, organizaciones para la asistencia sanitaria y mental, organizaciones no gubernamentales (ONG) y grupos de comunidad o de interés.

Los nuevos procesos de producción y los nuevos medios nos están obligando a reconfigurar nuestras nociones de lo que puede constituir el espacio público y el dominio público. Pero esto no nos debe inducir a restringir el *focus* al dominio virtual, aunque yo esté de acuerdo en decir que el mismo se encuentra "donde está la acción", en el sentido de que todo en nuestra cultura se está remodelando en torno a flujos virtuales (flujos de información, flujos de tecnología, flujos de interacción organizativa, flujos de imágenes, sonidos y símbolos). Me doy cuenta de que estos flujos no son solamente un elemento de organización social, ellos son una expresión de los procesos que dominan la economía, la política y la vida social. Pero los LUGARES no desaparecen. En la vasta economía política y cultural, el mundo virtual está habitado por una élite cosmopolita. Efectivamente, las crueles élites son cosmopolitas, y la gente local. El espacio del poder y de la riqueza está proyectado a través del mundo, mientras la vida de las personas está radicada en los lugares, en su cultura, en su historia.

David García, *Some thoughts on the Public Domain*, 8 February 1998

Una definición informática de "dominio público": la total ausencia de derechos de autor. Si algo se encuentra "en el dominio público" entonces cualquiera puede copiarla o usarla en el modo que prefiere. El autor no tiene ninguno de los derechos exclusivos que se aplican a los productos con copyright. El término "dominio público" a menudo se usa incorrectamente para referirse al *freeware* o al *shareware* (software con copyright pero distribuido sin necesidad de pago anticipado). Dominio público significa *no copyright* – ningún derecho exclusivo. De hecho, la expresión "dominio público" no tiene estatus legal en el Reino Unido.

The Free On-line Dictionary of Computing, 1998

3 - ¿Quién posee el dominio público?

Todos y nadie. El dominio público de la información y de la comunicación no tendría que ser monopolizado por el Estado ni tampoco por las corporaciones comerciales.

4 - ¿Qué es la Sociedad de la Información?

Para responder a esta pregunta, primero tenemos que definir la noción de *economía de la información*.

¿Qué es la economía de la información?

El sector de la información de una economía es ese sector en el cual los productos consisten principalmente en mercaderías de información. Las mercaderías de información no son mercaderías inmateriales. Las mismas son fácilmente distinguibles por el hecho de que pueden ser almacenadas en diversos medios y, cuando están almacenadas en medios electrónicos, su costo de reproducción se convierte innegablemente en mínimo. Algunos ejemplos de mercadería de información incluyen, software, música, video, bancos de datos, libros, proyectos de máquinas, información genética y otras mercaderías protegidas por derechos de autor o patentadas. Cuando el sector de la información de

una economía se vuelve cada vez más importante, ya sea en el sector industrial como en el ecológico, entonces esa economía se convierte en una economía de la información.

Roberto Verzola, *Cyberlords: The Rentier Class of the Information Sector*, "ReFontes", www.tao.ca/earth/lk97/archive/0174.html

¿Cuándo resulta apropiado hablar de una Sociedad de la Información? Cuando en una sociedad la Tecnología de la Información y de la Comunicación se ha convertido en la tecnología dominante, y cuya economía es, en principalmente, una economía de la información. Otro término común para este tipo de sociedad es *sociedad post-industrial*.

El término *Sociedad de la Información*, según un comunicado de la Oficina para la Promoción de la Sociedad de la Información de la Comisión Europea (ISPO, europa.eu.int/ISPO), enuncia "las preocupaciones europeas relacionadas con un amplio cambio social y organizativo que comenzará con una revolución de la información y de la comunicación", en oposición al más limitado, y tecnológicamente derivado, término de *autopista/carretera de la información*, que ha tenido origen en los Estados Unidos.

Information Society Project Office (ISPO), *Introduction to the information society the European way*, 1995.

Según Manuel Castells el término *sociedad de la información* enfatiza en la sociedad el rol de la información que, en su sentido más amplio como comunicación de conocimiento, este autor observa que fue un punto crítico de todas las sociedades. Por el contrario, "el término *informacional* indica la características de una forma específica de organización social en la cual la generación, la transformación y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de productividad y poder, a causa de las condiciones tecnológicas que emergieron en este período histórico". En forma similar a la distinción entre *industria e industrial*, por la cual "una sociedad industrial no es simplemente una sociedad donde hay industrias, sino una sociedad donde las formas sociales y tecnológicas de organización impregnan todas las esferas de actividad", el término *informacional* significa un tipo de actividad que penetra todos los aspectos dominantes de la sociedad.

Manuel Castells, *The Rise of the Network Society - "The Information Age"* Vol.1, Blackwell Publishers, Malden (Mass.), 1996.

6 - ¿Qué es la convergencia?

El término de *convergencia* elude definiciones precisas, pero comúnmente se define como: "la habilidad que tienen plataformas de diferentes redes para transportar tipos de servicios esencialmente similares, o la fusión de instrumentos de consumo como teléfonos, televisión y computadoras personales". Tradicionalmente, los medios de comunicación estaban separados. Los servicios estaban bastante diferenciados -transmisión de radio, telefonía y servicios on-line para computadoras. Estos operaban sobre redes diferentes y usando diferentes "plataformas": aparatos de TV, teléfonos y computadoras. Cada cual estaba regulado por leyes diferentes y por órganos de control diferentes, normalmente en escala nacional. Hoy la tecnología digital ofrece posibilidades sustancialmente más amplias para los servicios tradicionales y los nuevos, que pueden ser transportados en las mismas redes y usar instrumentos de consumo integrado para fines como telefonía, televisión y computadoras personales.

Telecomunicaciones, medios y compañías IT están usando la flexibilidad de las tecnologías digitales para ofrecer servicios por fuera de su tradicional sector de negocios, creciendo a escala internacional o global. Recientes ejemplos de nuevos servicios convergentes son: servicios de Internet que se ofrecen en TV gracias a sistemas como la web Tv; e-mail y acceso WWW a través de decodificadores de Tv digital y en los teléfonos celulares; transmisión de radio y programas de TV en Internet; uso de la red para telefonía vocal".

European Commission, *Towards an Information Society Approach*, "Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation", Bruselas, 3 de diciembre de 1997.

7 - ¿Qué significa "guiado por el mercado" (*market-driven*)?

Europa está pasando a una economía basada en la información, donde redes e infraestructuras de red juegan un rol tan significativo como el de las redes ferroviarias en la transformación de la economía europea del siglo pasado. Es vital para Europa afrontar los desafíos presentados por esta Sociedad de la Información, para asegurar que los negocios, la industria y los ciudadanos europeos puedan acceder a infraestructuras de comunicaciones modernas, confiables y eficientes sobre las cuales sea ofrecida una rica y diversa gama de servicios multimediales nuevos y tradicionales. Esta revolución ha sido reconocida al más alto nivel político. En la conclusión del Bangemann Group Report, los jefes de Estado que se encontraron en Corfú consideraron "que el actual e inédita revolución tecnológica en el área de la sociedad de la información abre vastas posibilidades para el progreso económico, la ocupación y la calidad de vida". Estos cambios están guiados por las fuerzas de la tecnología o del mercado. Nuevas alianzas regionales o globales están siendo formadas para permitir a los negocios y a los ciudadanos comunes beneficiarse con las oportunidades ofrecidas por la convergencia de teletransmisión, telecomunicaciones y tecnología de la información.

European Commission, *Green Paper on the liberalisation of tele communications infrastructure and cable television networks*, parte II, Brussels, 25 enero 1995, www.ispo.cec.be/infosoc/legreg

Como consecuencia de la convergencia de industrias de las (tele)comunicaciones y de los medios que antes estaban separados, actualmente hay un gigantesco proceso de fusiones y uniones que está contaminando estas industrias. Las fusiones toman principalmente dos formas. La primera es la integración horizontal: compañías de un determinado sector de negocios se unen para conquistar una franja más amplia en el mercado de los medios y de la comunicación mundial. Más interesante es, en cambio, la fuerte tendencia hacia la integración vertical, donde las fusiones atraviesan diferentes sectores de negocios. Por ejemplo, los operadores de cable que entran en telefonía, las fusiones de compañías de telecomunicación y productores de contenido, compañías de software que compran compañías de producción cinematográfica.

Un conjunto impresionante de escaladas se encuentra en el Press Resource Center de WorldCom-MCI (www.wcom.com/press.html). Worldcom-MCI está luchando para conquistar el dominio del mercado del tráfico de datos internacional. Los relanzamientos para obtener este objetivo ascienden a 37.500.000.000 dólares.

8 - ¿Quién tiene que pagar el dominio público?

Hoy el usuario generalmente paga por los servicios de telecomunicación según el uso: en otras palabras, el usuario paga. En muchos países europeos los servicios públicos de radiotelevisión están financiados, por el contrario, a través del presupuesto del Estado, frecuentemente con un impuesto sobre el servicio público pagado por telespectadores y oyentes. Las transmisiones comerciales se financian de través patrocinios o publicidad. Si el dominio público, en el ambiente de los medios digitales, está visto como un servicio comunitario, tiene que desarrollarse un modelo financiero alternativo. Esto requerirá una redefinición del presupuesto para los servicios públicos radiotelevisivos, o la aplicación de una "info-tax" sobre la explotación comercial de las redes de comunicación, para establecer un fondo con el cual los servicios de comunidad que funcionan sobre redes emergentes puedan ser financiados.

9 - ¿Existe todavía el dominio público?

Como el espacio público urbano, también el dominio público de los medios masivos está amenazado por la privatización y el acrecentamiento de la vigilancia. Estas amenazas hoy son todavía más pertinentes si pensamos en Internet. Mientras que la proliferación de la comunicación comercial en toda Europa está controlada por ley, en el caso de Internet

la explotación comercial no está limitado sino que incluso es alentado.

10 - ¿Por qué es necesario el derecho a comunicar?

La calidad de la información ofrecida influye en el modo en que nosotros ejercitamos nuestros derechos civiles. Estos derechos implican también la responsabilidad civil de monitorear y responder a los desarrollos sociales. Esto puede ser realizado adecuadamente sólo cuando estamos apropiadamente informados a través de medios masivos como la televisión, la prensa o Internet.

Introduction to the People's Communication Charter, www.waag.org/pcc

El acceso a la información y a la comunicación tiene que ser visto como un derecho democrático fundamental para todos los ciudadanos del mundo, no simplemente como un producto de consumo o un premio.

11 - ¿Cómo puede ser creado un dominio público 2.0?

Junto a los canales públicos existentes, tienen que ser estimuladas nuevas formas de uso de los medios masivos públicos. En particular, son importantes las nuevas prácticas de los medios que apuntan a un activo compromiso de los ciudadanos comunes en los nuevos ambientes de la información y de la comunicación. Medios interactivos como Internet se caracterizan por el hecho que no están simplemente orientados hacia un consumo mediático pasivo. Son, en cambio, medios participativos. En un medio participativo, el usuario se convierte en un productor de contenido, individualmente o en cooperación con otros. Estos servicios autoproducidos pueden ser en sí mismos canalizados económicamente, pero más a menudo tienen que ver con la libre expresión cultural y social de los ciudadanos. Un modelo para soportar este tipo de actividad puede ser el *Media Center* comunitario, que ofrecería tanto aparatos e instrumentos, como adiestramiento e instrucciones en el uso de los nuevos medios con el objetivo de una participación activa en el dominio público 2.0. Estos MCC pueden ser alojados en bibliotecas, salas municipales, museos, centros comunitarios, centros culturales u otros espacios públicos. Otro modelo puede ser la institución de servicios de *netcasting* (streaming) como un complemento al servicio público radiotelevisivo.

¡Queremos ancho de banda para todos!

Society for Old and New Media (www.waag.org/bandwidth)

Investigación pública y campaña del De Waag (Society for Old and New Media, Amsterdam) presentada en el Hybrid Workspace del Documenta X, Kassel, 8-17 de julio de 1997.

1. ¿Qué es el ancho de banda?

Bandwidth [ancho de banda] (1937 aprox.) 1. Una extensión, una gama en una banda de longitudes de onda; por ejemplo una banda de frecuencias de audio que está ocupada por una onda modulada principal, que está asignada a un servicio o de través de la cual tiene que operar un dispositivo. 2. La medida para la transferencia de datos en un sistema de comunicaciones electrónicas (Webster Dictionary).

2. El ancho de banda es la moneda corriente en la sociedad de la información. ¿Cuál es el valor del ancho de banda?

bps = bits por segundo. Kbps = 1024 * bps (kilobits por segundo). En el Hybrid Workspace de Documenta tenemos a disposición una conexión de 128 Kbps. La red académica de toda Rumania tiene conexiones de 128 Kbps a disposición.

3. ¿Qué es un nodo de Internet?

Una red de transferencia de información desde una fuente hasta la destinación a través de una serie de nodos de la red. A continuación, indicamos país y número de nodos por número de habitantes para cada nodo: Holanda 270.521/57; Alemania 721.847/115; Japón 734.406/170; Rumania 8205/2600; India 3138/300.000; Camerún nodos: 0.

4. ¿Qué es un "backbone"?

Back bone (espinas dorsal): 1. Columna vertebral, espinazo. 2. Algo que parece a una espina dorsal, por ejemplo una serie de crestas de montaña. b: la parte fundamental de algo c: la cadena más larga de átomos o de grupos de átomos en una molécula habitualmente larga (como la de un polímero o la de una proteína). 3. carácter firme y resuelto (Webster Dictionary). Los backbone (dorsales) de Internet son propiedad de las grandes empresas de telecomunicaciones. Hay en acto un continuo proceso de concentración del poder. El mayor distribuidor de conexiones de Internet en el mundo, UUNet Technologies, posee la mayor parte de las infraestructuras europeas: EUNet. Las subsidiarias nacionales como EUNet Alemania, fueron compradas hace unos años por UUNet. UUNet tiene sede en el Virginia, Estados Unidos, el 40% de su capital accionario pertenece a Microsoft. A pesar de haber más canales, la propiedad está concentrada en pocas manos.

5. ¿Por qué el ancho de banda es importante para nosotros?

En la Sociedad de la Información, el debate sobre lo social y la comunicación social se ha desplazado cada vez más del espacio público físico al electrónico público: el espacio de comunicación de los medios electrónicos. Tener ancho de banda significa poder acceder a este espacio electrónico así como emitir la propia información. El nuevo espacio público puede ser considerado "público" únicamente si el ancho de banda es distribuido equitativamente, en modo que todas las voces puedan hacerse sentir. Nosotros pedimos a los diversos órganos legislativos nacionales, europeos, globales que el 10 % del ancho de banda digital mundial sea reservado a la esfera pública (algunos ejemplos: bibliotecas públicas, cyber cafés, servicios comunitarios o redes comunitarias como Digital City Amsterdam o Internationale Stadt Berlin).

6. ¿Qué son los "Push Media"?

Push Media quiere decir que la Red se transforma en un híbrido entre la actual Internet y las formas viejas y nuevas de la comunicación de masa, tradicionalmente unidireccionales. Los *Push Media* explotan la potencialidad de las redes digitales para crear modelos diversificados de distribución de contenido. El surgimiento de los *Push Media*, no obstante, amenaza con marginar a los medios existentes que tienen acceso e infraestructura con poco ancho de banda. Los *Push Media* amplían aún más la brecha entre los espacios de información para ricos e información para pobres.

7. ¿Por qué rechazar los Push Media?

Rechazar los *Push Media* quiere decir: posibilidad de transmitir para todos. El acceso a la información y a la comunicación tiene que ser un derecho democrático fundamental. En el procedimiento de aceleración de los cambios tecnológicos que estamos viviendo, la diversidad de las voces democráticas está amenazada y tenemos que hallar los medios para protegerla. Tendría que existir un continuo sostén para la infraestructura de acceso de los productores y distribuidores de contenidos locales. Nosotros pedimos que la Unión Europea enfatice y desarrolle en manera firme los componentes sociales y culturales de los programas para la Información y Tecnología de Comunicación (ICT).

¡Pedimos el mismo ancho de banda para todos!

Carta de los derechos de banda ancha

Center for Digital Democracy (www.democraticmedia.org)

El inminente enlace entre televisión e Internet, que se consumará con la ayuda de *set-top box* de nueva generación que añaden acceso on-line a las ofertas multi-canal de la industria del cable, promete hacer entrar Internet en millones de casas norteamericanas. Pero ¿a qué precio?

Internet, cuya naturaleza siempre fue abierta, plural y democrática, ¿acabará bajo la presión de la cerrada arquitectura del cable? Nuestras preferencias on-line, ¿serán verdaderamente limitadas al puñado de sitios que encontremos en la guía electrónica de programas de una compañía de cable? El modelo *pay-per-view* [paga para ver], que prevee cuotas adicionales para adquirir ciertos programas o transmisiones *on-demand*, ¿será aplicado al World Wide Web? Aún a precios "de oferta" (para quienes se podrán permitir, junto con el abono al cable, un acceso ultra-veloz a Internet, o para quienes aceptarán las ofertas de "paquetes") el precio de la banda ancha puede ser muy alto.

Estos y otros más son los problemas que tenemos que afrontar a medida que Internet se transforme de sistema basado sobre la comunicación entre la línea telefónica y la computadora, en esa extravagante mezcla de entretenimiento y comercio electrónico conocido con el nombre de "televisión interactiva" (ITV). Dado que ITV proveerá Internet (a velocidad potenciada) a millones de casas desprovistas de computadora, será un factor positivo. Pero no se puede pretender permutar nuestra libertad de navegar en red por la velocidad y simplicidad de una Internet vía cable de banda ancha. Esto es, la naturaleza democrática de Internet "bajo demanda" debe que ser defendida incluso en la era de la banda ancha.

Para esto, y como instrumento para medir las prestaciones de las compañías de cable respecto a los criterios de la red abierta, el *Center for Digital Democracy* [Centro para la Democracia Digital] ha redactado la *Carta de los derechos de banda ancha*, diez principios fundamentales que garantizarán en el futuro, el carácter abierto y plural de la red. Aunque tiene poco sentido hacer previsiones sobre el futuro de Internet, compartimos el juicio del *Economist*, que ha recientemente expresado el temor que "los últimos diez años del siglo XX pueden pasar a la historia como una época demasiado breve de apertura e innovación, consumida con frenesí y avidez". Por fortuna, todavía estamos a tiempo para intervenir sobre la arquitectura y sobre la disposición de la nueva red de banda ancha y para asegurarnos que el nuevo sistema *ofrezca* algo con la misma eficacia de lo que *vende*.

Internet siempre estuvo caracterizada por la libre circulación de la información, basada sobre los principios de **apertura** (de acceso), **igualdad** (de datos) **pluralidad** (de contenidos) y **libertad** (de expresión). El crecimiento de la red y las fuerzas del mercado traerán inevitablemente varios cambios en la transmisión de los datos, algunas de estas variaciones surgirán como reacción a la congestión del tráfico y a la necesidad de distinguir entre diversos tipos de datos, mientras otras serán el resultado de los esfuerzos por explotar los pedidos de servicios de pago (*premium service*), incluida la transmisión facilitada que usa redes particulares. Sin embargo, ni a las innovaciones en la tecnología de la red, ni a la introducción de los servicios de valor adjunto podemos permitirles que amenacen la naturaleza sustancialmente abierta de Internet con la creación de estrangulamientos artificiales o con la restricción sin motivo del libre flujo del tráfico de red. Por este motivo, el *Center for Digital Democracy* aconseja adoptar los siguientes diez principios en defensa del carácter abierto, democrático y no discriminatorio de Internet.

- **Elección:** la reglamentación del libre acceso es necesaria para garantizar que los proveedores independientes (isp) y los productores de contenidos estén en condiciones de poder ofrecer sus servicios sobre todos los tipos de cable, Dsl y configuraciones inalámbricas, permitiendo de este modo a los usuarios de banda ancha usufructuar de la misma variedad de oferta a la cual hoy se puede acceder

con Internet por llamada telefónica.

- **No discriminación:** será necesario optar entre las diversas reivindicaciones sobre los recursos de la red y no tendrán que ser usados modelos de gestión de la transmisión para favorecer ciertos ofrecimientos en perjuicio de otros, limitando artificialmente las tarifas más "competitivas".
- **Privacidad:** la actual reglamentación de la privacidad (como el *Cable communication Policy Act* de 1984, modificada por el *Cable Consumer Protection and Competition Act* de 1992) tiene que ser extendida hasta incluir a todos los medios de comunicación interactiva, independientemente del modo de transmisión, bajo la supervisión de las Comisiones federales para el mercado y para las comunicaciones.
- **Sistemas abiertos:** La arquitectura *end-to-end* de Internet tiene que mantenerse, y los "jardines cercados", que ofrecen en red solamente submenús de contenido, tienen que ser claramente clasificados. Las denominadas "zonas de contenido suministrado" (*managed content areas*), destinadas a resaltar a ofertas de propiedad de particulares, tendrían que tener "puertas de salida" bien reconocibles.
- **Intercambiabilidad:** los *Set-top box*, que están por convertirse en la más importante aplicación de comunicación doméstica, tendrían que ser intercambiables con los sistemas de cable, y transparentes (es decir, configurables por el usuario). Los abonados no tienen que caer en las "cajas negras" (*black box*) (como registradores de video en el hard disk, que dedican abusivamente una porción de espacio del disco a la publicidad) entre sus aplicaciones de ITV.
- **Interés público:** El principio del interés público, frecuentemente no observado por el universo de las emisoras y aún poco considerado por la televisión digital (DTV) tendría que inspirar también el ITV. Una pequeña parte de las capacidades que las emisoras han alcanzado pasando al DTV, así como las mejoras ofrecidas por los operadores de cable en el ITV, tendrían que ser orientadas a objetivos de información e instrucción para la comunidad.
- **Contenidos comprometidos:** La revolución de la banda ancha es una oportunidad de enorme valor, que no tiene que ser desperdiciada tan solo en el ámbito comercial o en el entretenimiento. La tecnología tiene que ser orientada, en cierta medida, hacia los intereses de la sociedad civil, con noticias sobre las campañas de opinión, institución de foros para la comunidad, programas culturales y circulación de información no comercial.
- **Oportunidad de instrucción:** los nuevos medios de comunicación interactiva de banda ancha tienen que ser útiles para todos los aspectos del aprendizaje continuado, respondiendo a las exigencias de aprendizaje de los jóvenes y de los ancianos, e incluyendo programas para niños en edad de pre-escolar, material suplementario para la escuela, propuestas para el aprendizaje a distancia, formación profesional y otras ofertas relacionadas con la instrucción.
- **Programas para niños:** La oferta de programas para niños en televisión (que actualmente está limitado a tres horas semanales de programas educativos y de información) tendrá que ser incentivada en la era de la banda ancha. Asimismo, las protecciones existentes contra la publicidad excesiva y tendenciosa transmitida durante los programas para niños, tendrán que servir de guía para la publicidad en la programación on-line para niños y adolescentes.
- **Brecha digital [Digital divide]:** Aunque lográramos colmar la brecha que separa quienes están conectados de quienes no lo están, tenemos que cerciorarnos que no surjan nuevas y más disimuladas formas de desigualdad digital, en las cuales, en vez de la oposición entre quienes tienen y no tienen, tendremos aquella entre quienes tienen y quienes tienen de más. Con referencia a esto, los requisitos del servicio universal (*Universal service*) tendrán que ser actualizados e incluir servicios de telecomunicación.

Un "ocho por mil" para la información independiente

Paolo Soglia, Radio Città del Capo Bologna (www.radiocittadelcapo.it)

Uno de los temas que se impone con más fuerza en el plano global es el extraordinario desequilibrio en la distribución de los recursos. Recursos económicos, alimentarios, naturales: la agenda está repleta de análisis que demuestran, inequívocamente, como el predominio de muy pocos se corresponde con la indigencia de muchos. Nacen movimientos que proponen medidas concretas: Tobin tax, anulación de la deuda contraída por los países pobres, reconversión eco-compatible de la economía. En breve, no hay libertad sin un reparto más equitativo de los recursos. En el plano de las comunicaciones también asistimos a una situación análoga, sobre todo en Italia, donde "la anomalía berlusconiana" se ha coagulado sólidamente en un bloque económico/político/mediático que no tiene equivalentes en Europa.

La afasia política de la izquierda ya ha llevado a asistir solamente a infamantes peleas sobre los puestos jerárquicos del CdA RAIS, que no sirven ni siquiera para rasguñar la disposición del sistema. La izquierda, por vocación histórica, tendría que poner siempre como centro de su propio análisis al problema de los recursos y de su redistribución, para intentar conjugar libertad individual y bien común: si depone esta función, no tiene más razón de ser. El aire que se respira en Europa lleva a pensar que desgraciadamente este escenario no está muy distante de la realidad.

Volviendo al caso italiano, ya es evidente que quien controla las comunicaciones, dominando también el escenario político y el sistema económico, juega sucio: con los medios masivos alimenta el propio consenso político y con el poder acapara los recursos económicos que sirven a mantener y aumentar su imperio mediático. Resumiendo, un círculo vicioso intrincado que no puede ser quebrado ladrando a la luna sobre el conflicto de intereses.

Estas consideraciones tornan cada vez más necesaria **una gran iniciativa política sobre el plano de la redistribución de los recursos para la comunicación independiente**. Es necesario proponerse objetivos concretos: el medio existe, y también es bastante simple. Se trata de aplicar una especie de "ocho por mil"^{****} sobre la tasa RAI que pueda ser redistribuido por el contribuyente hacia el programa/periódico preferido. Por cierto, el porcentaje tendría que ser superior al ocho por mil, digamos el 15% o 20% de la tasa RAI. Se podrían recuperar, de este modo, aproximadamente 50 millones de euro que financiarían la comunicación independiente: ciertamente no solamente la de izquierda, por el contrario, es necesario ampliar lo máximo posible el frente para organizar consenso en torno a la propuesta incluyendo a quienes, en la derecha o en el centro, de todos modos se sienten aplastados por la omnívora omnipresencia berlusconiana.

Ésta propuesta no encuentra un adecuado sostén precisamente por quienes tienen que hacerla suya, o sea los parlamentarios y los partidos de izquierda. Por una parte, seguramente hay un atraso cultural que impide de imaginar estrategias de pluralismo real en el campo de las comunicaciones, por el otro, se instalan críticas de mérito, a las cuales no es necesario sustraerse. ¿Se interroga sobre el modo con el cual se haría la redistribución, con cuáles criterios? El método, sin embargo, es muy simple y eficaz: en

^{****} [N.delT.] Por la ley 222/85, y con base en la declaración de rédito de los contribuyentes, el Estado italiano se compromete a destinar el 8 por mil del conjunto declarado para objetivos religiosos, caritativos, sociales o asistenciales. En realidad, nadie destina el propio rédito: el mecanismo asemeja más a un gran sondeo de opinión, que cuando finaliza permite el «conteo» de las elecciones, calculando los porcentajes obtenidos por cada opción, y en base a estos porcentajes posteriormente se reparten los fondos. Cada ciudadano que presenta la declaración de rédito, puede elegir el destino del 8 por mil entre siete opciones: Estado, Iglesia católica, Unión Iglesias cristianas adventistas del 7° día, Asambleas de Dios en Italia, Unión de las Iglesias Metodistas y Valdeses, Iglesia Evangélica Luterana en Italia, Unión Comunidades Hebraicas Italianas. Si no se realiza ninguna opción, esto no se tiene en cuenta: el conjunto del 8 por mil se reparte en base a las elecciones expresadas.

este momento, si respetan determinadas condiciones, los diarios y radio/televisiones están beneficiados con las contribuciones de la ley para editoría (reducciones en los gastos eléctricos y telefónicos). Bastaría que los sujetos existentes (y los nuevos que se agregarían y que tengan los mismos requisitos) se pondrían en una lista: restaría luego al contribuyente premiar, marcando una casilla, el diario, la radio, o la tv preferida, de manera absolutamente libre y ejercitando un poder de democracia directa.

No se trata en absoluto de asistencialismo: la tasa se paga por un servicio público (frecuentemente ausente), por lo tanto, no hay motivo para impedir al contribuyente que elija a quien financiar con parte de esta contribución, que por otra parte, no causa perjuicio alguno al erario. Es obvio que esta iniciativa no resolverá todos los problemas, sin embargo con ella comenzamos a plantearnos el problema de los recursos en modo apropiado, contribuyendo a dar poco de oxígeno a la traumática iniciativa política de la izquierda sobre el tema de la libertad en las comunicaciones. Nos preguntamos, finalmente, si es más "de izquierda" razonar en estos términos o privatizar dos redes RAI, como muchos, incluso en la izquierda pronostican, favoreciendo una vez más los intereses privados con estructuras y recursos públicos.

Reclaim the attention economy.

Para la construcción de una economía de la atención ética y de una red de publicidad autónoma

Matteo Pasquinelli (www.rekombinant.org)

Ingeniería reversa: la ética en el motor

El logotipo "ético" asoma en el mundo de la economía alternativa y sostenible, interceptado incluso por las aguerridas y solapadas estrategias de mercadotecnia de las multinacionales, que están realizando una operación de *restyling* [renovación de estilo] en la fachada después de los ataques efectuados a su imagen por el movimiento global. En los últimos años han entrado en el léxico común y en las costumbres de consumo tanto la economía ética, como los bancos éticos, el comercio justo y solidario. Desde hace algunos decenios, existen cooperativas mutuales y de finanzas alternativas, pero su importante actuación emerge solamente cuando la sensibilidad colectiva se ha puesto receptiva. La autogestión desde abajo del mercado y de la economía, así como el *hacking* de la estructura capitalista, se han desarrollado paralelamente a la difusión de los nuevos medios, de Internet, de la construcción de los social forum y medios desde abajo: hardware barato, software sencillo de usar, pero sobre todo, la conciencia de que los medios de producción, la tecnología, la comunicación y la economía, pueden ser desmontados, comprendidos y reconstruidos desde abajo.

No más *Power to the people* [Poder para la gente], sino *Power from the people* [Poder de la gente]. Ésta vez, en la figura de comunidades de consumidores, de grupos de afinidad, de centros sociales. La deconstrucción desde abajo de los medios de producción ha logrado incluso un adjetivo: ético. Reacción civil a la inmoralidad obscena del neoliberalismo occidental. Después de la caída del muro de Berlín, hemos asistido a la borrachera capitalista e inmediatamente hemos sido testigos de un Occidente que, sin impedimentos, ponía de rodillas las economías del Tercer Mundo, canibalizaba lo verde, destruía los pequeños centros urbanos, atrofiaba el tejido social. Es en éste punto, tal vez, que una conciencia global ha comenzado a actuar.

Ético no significa puro. Significa la hibridación de un mecanismo capitalista que se ha independizado del control de la comunidad con un sistema de valores compartido. Puede significar volver a dar al comercio unas dimensiones humanas, respetar los derechos de los trabajadores, de los consumidores. Ético tiene el sentido pragmático y utópico de la palabra *hacking*, jugar para intentar cambiar las reglas del juego. Y el juego en este caso es sucio por definición, es el juego del dinero.

Ético en este caso significa, para el segmento de la sociedad cercano al movimiento global, "reverse engineering" de la ética. Frecuentemente la aptitud de la solidaridad, del voluntariado, de la no violencia, de la objeción fiscal, civil, coincide con una cultura reactiva incapaz de articular una propuesta activa, positiva. "Ingeniería reversa de la ética" significa utilizar un sistema de valores como ganzúa y no simplemente como escudo. Podemos hallar esta aptitud al *reverse engineering* aún en otros planos, como por ejemplo en la guerrilla mediática de los *media jammer* [manipuladores de los medios], de Adbusters y de RTMark, en la mitopoiesis del pueblo de Seattle, en el hacking informático. A decir verdad, sólo una pequeña parte del movimiento ha comprendido en los últimos 30 años la función política del espectáculo, de los medios, del deseo, y ha intentado revertirlos. Lo interesante de la finanza ética es que la ética que se integra en el mecanismo económico, no es un simple censor exterior, un valor "agregado", sino que es parte del esquema. Y así como construimos una economía ética, tenemos que comenzar a construir una economía ética de la información, del "espectáculo", de la atención, poner nuestras manos en la economía de lo inmaterial.

La economía de lo inmaterial

La crítica postfordista solamente ha logrado rasguñar la superficie de la economía de lo inmaterial. El fantasma de la mercancía de Marx, el mito de Barthes, la sociedad del espectáculo de Debord, la realidad-televisión de Baudrillard, el rumor blanco del postmodernismo, el trabajo inmaterial, la evolución lingüística del postfordismo, la economía del logotipo de Naomi Klein, la burbuja especulativa de la New Economy: llámenlo como os parece, llámenlo semio-capitalismo o info-trabajo, la mercancía que se vuelve imagen, el trabajo que se vuelve conocimiento e información. En realidad, se trata de la vieja conocida Old Economy que necesita engancharse a las estructuras flexibles y a los veloces canales publicitarios de la New Economy. La New Economy es solamente la etiqueta de la Old Economy, su moneda de cambio. Esta etiqueta a menudo está construida por nosotros, no por el Capital.

Attention Economy [Economía de la Atención], escrita por Thomas Davenport y John Beck, es el libro que explica el funcionamiento de la economía actual que conquista espacios y tiempos de atención del público, y que esta atención hoy, en el rumor blanco del bombardeo mediático, es el bien más escaso, y por lo tanto más precioso. El valor de la mercancía depende del tiempo de atención que logra conquistar. Sobre esta economía de la atención se basa un mercado publicitario gigantesco que soporta imperios como Mediaset, Rai, Rcs, Repubblica.

El 50 % de la economía de un país es psicología, decía Ludwig Erhard, economista alemán. El capitalismo está en crisis y la batalla de la publicidad está desesperada porque el tiempo de atención ya está saturado. El hombre moderno vive dentro de un indiscriminado rumor informativo formado por las entradas de tv, de los diarios, de Internet, de la metrópoli, de las relaciones sociales: *information stress* [estrés informativo]. En las campañas electorales lo llaman "tiempo de atención", es el tiempo de aparición televisiva de cada candidato, y los partidos pugnan para conquistar algún minuto más que el adversario. Tienen razón: las masas reaccionan en términos casi pavlovianos en el campo electoral. Votan por aquel del cual se habla más, para bien o para mal, no importa. Para los publicitarios es el campo de batalla, se juegan la supervivencia en un ecosistema ultra-competitivo. Es una batalla cognoscitiva para lograr la maquinación semiótica que en una décima de segundo haga babear al cerebro de la víctima. Puede ser un grafismo elaborado, la música, un culo, la vulgaridad, no importa.

Los nichos de atención pueden ser contruidos desde el alto o desde abajo, por el bombardeo de los medios o por las relaciones sociales de la comunidad. Hace pocos años, el movimiento reclamaba un rédito para toda las producciones simbólicas gratuitas que eran tomadas por el sistema, simplificadas y transformadas en moda, musicales y películas. Hoy, en cambio, no trata simplemente de reivindicar el propio trabajo inmaterial no pagado, la producción simbólica de la cual se alimenta por ejemplo MTV, sino de reivindicar el propio tiempo de atención y revalorizarlo.

Reivindiquemos nuestra economía de la atención

Nuestras comunidades representan un capital social inestimable en términos de economía de la atención para las capacidades de producción de relaciones sociales, mensajes, modas, símbolos, imaginario, es decir, para la producción de atención. Nuestros *nichos de atención* tienen que rendirse independientes respecto de los grandes nichos de los medios masivos, de la televisión global. Lo hemos hecho a través de medios independientes y redes horizontales. Pero hemos subestimado un medio omnipresente que se ha infiltrado en todo nuestro espacio vital, mortífero porque constante e inconscientemente lo removemos: la publicidad.

No se trata de hacer contra-publicidad, al estilo Adbuster, sino de hacer publicidad para nosotros, publicidad completamente repensado, publicidad de publicidad, reivindicar nuestro tiempo de atención, ganar -sobre todo- nuestra economía de la atención. Pensamos en la publicidad como posible "tactical media", como "indymedia". Y esto no es

sólo una misión contra la polución estética y social de las publicidades: es una reivindicación económica. Frecuentemente nosotros somos los vectores de la publicidad que combatimos. No hay necesidad de ser Adbuster, los cazadores de publicidad, porque nosotros somos el Adcaster, los propulsores de publicidad, sus vectores. A decir verdad, la actitud de Adbusters es políticamente reactiva. Dice simplemente que este régimen publicitario representa una polución estética cultural y moral pesada. Exacto. La publicidad que conocemos sostiene la gran infraestructura de la globalización. Pero no se vence al enemigo diciendo, como en un chiste, "tus armas son feas". Tomando como parámetro la publicidad Nike, desarmando la célebre coma, siempre estamos acumulamos tiempo de atención "Nike". Por el contrario la gran capacidad imaginativa de todo los *subvertiser* [en la jerga informática, el que se ocupa de manipular la publicidad de las multinacionales], desde el Billboard Liberation Front hasta Adbuster, puede ser empleada para una publicidad proactiva, cáustica, "ética". Por esto tenemos que dar vuelta los mecanismos publicitarios, crear redes de atención autogestionadas, crear publicidad autogestionada, que salga de nuestras comunidades y se proyecten hacia toda la sociedad, pero no publicidad sin ánimo de lucro o caritativa, sino publicidad que alimente sus nichos económicos, que esté marcada por esa economía que es la finanza ética, el mercado justo y solidario, el cooperativo, las producciones musicales y artísticos, los medios comunitarios.

Construyamos una red de publicidad ética

¿Por qué construir una red y un concesionario de publicidad ética? 1.) La primera consideración es política: para no desaprovechar la riqueza de comunicación y de economía de la atención de nuestra comunidad y para no verla malvendida a las grandes empresas. Pocas concesionarias manejan casi totalmente el mercado publicitario nacional, y forman el corazón de imperios como Mediaset y Rai decidiendo sobre la vida y la muerte de los medios comunitarios y la información independiente. 2.) La segunda consideración es económico: para experimentar formas de rédito y de empresa social que no nos obliguen a vender a otros nuestras ideas, nuestros contenidos, nuestras redes, y para evitar tener que confiarse a concesionarios que especulan sobre la venta de espacios publicitarios sin sudar una gota. 3.) La tercera consideración es cultural: es necesario comenzar a considerar a la publicidad como un medio masivo a todos los efectos, que influencia con su lenguaje a la sociedad, y por lo tanto, comenzar a deconstruirlo y usarlo en manera creativa y ético.

Por estos motivos necesitamos un concesionario de publicidad ética que:

- ofrezca posibilidades económica también a los medios comunitarios, de movimiento y cooperativos.
- compacte económicamente unos nichos políticos y culturales de notable amplitud.
- reconozca un modelo ético, no especule sobre los espacios publicitarios, de más importancia a los editores que a las ganancias y, por lo tanto, se estructure como cooperativa sin ánimo de lucro.
- sea una marca de garantía para los consumidores y usuarios, que sea transparente sobre el estatus legal y ético de los anunciantes y tenga abierto un canal para las críticas y las reacciones de los ciudadanos.
- redistribuya la publicidad en modo justo y horizontal sin favoritismos clientelares, aclarando también en este caso en modo transparente quienes pueden entrar a formar parte de la red.
- proteja los usuarios con publicidad no invasora y más informativa, sea respetuosa de los valores de la convivencia civil y proteja a los menores.
- estudie el mensaje publicitario en modo creativo, culturalmente estimulante, inclusive radical, siendo consciente de la influencia cultural y penetrante del medio publicitario.
- brinde espacio incluso a proyectos sin ánimo de lucro, sociales, culturales, editoriales,

- musicales, y no sólo a actividades comerciales.
- establezca una lista dinámica y una valoración de los espacios también satisfaga a las empresas más débiles o apenas iniciadas.
- favorezca la publicidad de las empresas éticas e imponga una especie de "Tobin tax" a las grandes empresas o las excluya del circuito.

Esta concesionaria, según nuestra opinión, tendría que hacer referencia a tres áreas de la sociedad que en estos años han pensado modelos de desarrollo sostenible, han luchado por un mundo más justo y democrático, han creado riqueza desde abajo y han producido ideas innovadoras. Estas áreas son:

- el movimiento de los centros sociales, de los grupos de base, de los ambientalistas, de los grupos de afinidad, de las ONG y de las organizaciones que han trabajado en terreno político y cultural para un desarrollo sostenible y para una sociedad más democrática.
- las cooperativas, el pueblo de las partidas IVA, los trabajadores atípicos, los trabajadores y las empresas de lo inmaterial y de la new economy, como portadores de innovación y modelos económicos y de comunicación nuevos.
- los proyectos de finanza ética, banco ético, microcrédito, comercio justo y solidario, las empresas de lo biológico y de la agricultura sostenible, las empresas bio-compatibles, y sobre todo, las redes de finanza ética que tienen relaciones con el Tercer Mundo y con Europa.

Este nicho en Italia ya está relacionado con el 10% de la población, un estrato social conocido por ser un consumidor crítico, atento, alfabetizado y socialmente comprometido, un nicho de usuarios que son un núcleo de comunicación y renovación social.

El proyecto podría comenzar en modo experimental con una concesionaria de publicidad sobre Web, porque permite de reducir los costos de gestión, infraestructura y comunicación. En Italia la publicidad sobre Web representa un poco más del 1% del mercado total, pero puede representar un buen nicho piloto para hacer partir esta experimentación y la red coincide en buena parte con el nicho social al que el proyecto hace referencia. No es por azar que los movimientos sociales han utilizado la Web en estos años para construir comunidad, medios y redes independientes y para experimentar nuevas tecnologías y nuevas formas comunicativas: redes vivaces y numerosas que nunca se han valorizado en términos de economía de la atención. Además, el sector del comercio justo y solidario, de lo biológico y de las cooperativas se está ampliando precisamente sobre la Web, descubriendo allí su dimensión electiva, la misma dimensión que -por el contrario- ha resultado fatal para el negocio de las empresas punto.com. *Publicidad ética* se tendría que estructurar, entonces, como una pequeña empresa cooperativa sin ánimo de lucro, que no tiene que hacer ganancias sino preocuparse por los gastos de operación y de no especular sobre los editores. El control de los contenidos de las publicidades reconocidos como "éticas" sería efectuado por órganos exteriores ya existentes como los órganos de garantía de los consumidores, los observatorios sobre lo biológico, los observatorios europeos sobre el comercio ético, etcétera. La lista de los anunciantes sería publicada constantemente en el sitio Web. Los espacios Web (pero también los radiofónicos o sobre papel impreso) serían inmediatamente reconocibles por el logotipo de *Publicidad Ética* y por la dirección Internet (www.pubbllicitaetica.org) donde los usuarios podrán hallar información sobre qué es la publicidad ética, sobre las garantías para los ciudadanos, sobre los criterios éticos y sobre los balances de la concesionaria. Queda claro a partir de esta descripción que la publicidad ética aplica un valor agregado a toda la publicidad manejada. El mensaje publicitario adquiere con estas garantías una mayor capacidad de penetración, difusión y credibilidad. *Publicidad Ética* se estructura

de este modo, no como un negocio lucrativo, sino como un instrumento de desarrollo para las pequeñas empresas, las cooperativas, las actividades y los medios de comunidad. Se piensa que la crisis del sector publicitario no puede dar cabida un modelo semejante, sin ánimo de lucro, pero por el contrario, puede representar el justo momento para conquistar espacios y visibilidad, y dar una fuerte señal a nuestras comunidades.

7. Hacia Forum Mundial de Medios. De Porto Alegre a Ginebra 2003

Carta de los Derechos de la Comunicación

Society for Old and New Media (www.pccharter.net)

Con punto de partida en los primeros años '90 por parte de la Third World Network (www.twinside.org) en Penang, Malasia, y continuamente revisada y vuelta a escribir desde entonces, la Carta de los Derechos de la Comunicación (People's Communication Charter, PCC) tiene el propósito de sensibilizar "sobre la necesidad de un activismo social que afronte lo que es el dominio público seguramente más central en nuestra época", los medios. Dee Dee Halleck, no obstante, critica esta versión de la Carta por su implícita pasividad, por el tufillo típico de socialdemocracia europea y por el paternalismo -también de cuño "socialdemocrático"- de su convocatoria a una mayor "profesionalidad" en los medios. El artículo sobre el Acceso contempla, por ejemplo, solamente el derecho a recibir comunicación, y no la participación directa y colectiva en las infraestructuras tecnológicas de los medios. Publicamos esta Carta para expresar la necesidad para el mediactivismo de todo el mundo de poner "blanco sobre negro" una perspectiva general de acción, los pilares conceptuales y políticos que catalicen una democracia de los medios nueva, compartida y global.

En todo el mundo hay personas que tienen que afrontar formas de censura dominantes, información distorsionada y engañosa, imágenes estereotipadas de género y raza, acceso restringido al conocimiento, y escasez de canales para comunicar sus ideas y opiniones. La Carta de los Derechos de la Comunicación es un primer paso para el desarrollo de movimiento perdurable preocupado por la calidad de nuestro ecosistema de comunicación. Los redactores iniciales de la Carta piensan que es tiempo, para los ciudadanos particulares y sus organizaciones, de conquistar una función activa en el modelado del ambiente cultural y de poner a prueba la producción y la distribución de información y cultura. La Carta de los Derechos de la Comunicación propone un marco común para todos aquellos que comparten la certeza de que las personas tienen que ser participantes activos y críticos de su realidad social y pueden comunicar sus ideas y opiniones. La Carta no es un fin en sí misma. Ella provee la base para una reflexión crítica duradera sobre las tendencias mundiales que determinan la calidad de nuestras vidas en el tercer milenio. El movimiento de la Carta promueve su difusión comenzando un proceso de ratificación por parte de individuos y movimientos sociales. Además, se necesita que sea posible un intenso intercambio de opiniones a través su sitio Internet (www.pccharter.net) sobre el texto concreto de la Carta y la implementación de las condiciones de la misma. La Carta de los Derechos de la Comunicación también es miembro del grupo Voices 21, una asociación informal de mediactivistas e individuos particulares. Fue fundado en marzo de 1999 con el propósito de construir un nuevo movimiento social sobre las cuestiones de los medios y de la comunicación (www.comunica.org/v21). Algunos de sus miembros son: Platform for Democratic Communication, People's Communication Charter, Cultural Environment Movement, MacBride Round Table on Communication, World Association for Christian Communication (WACC), Association for Progressive Communication (APC), Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), Center for Development Communication, Vidéazimut, Deep Dish TV, EcoNews Africa.

Carta de los Derechos de la Comunicación

Nosotros, los firmantes de esta Carta, reconocemos que la comunicación es esencial para la vida de todos los individuos y para sus comunidades. Cada persona tiene el derecho de participar en la comunicación y de tomar decisiones sobre ella ya sea en el ámbito de la propia sociedad, tanto como en sociedades diversas. La mayor parte de la población mundial no posee los recursos tecnológicos mínimos para la supervivencia y para la comunicación. Más de la mitad no ha hecho ni siquiera una llamada telefónica. La mercantilización de los medios y la concentración de la propiedad de los medios de comunicación perjudica a la esfera pública, y no logra satisfacer las necesidades culturales y de información, incluyendo la pluralidad de las opiniones y la diversidad de los lenguajes y de las expresiones culturales necesarias para la democracia. La amplia y consistente violencia de los medios de comunicación polariza las sociedades, exacerba los conflictos, y favorece el desarrollo del miedo y la sospecha, convirtiendo a las personas en dependientes y vulnerables. Representaciones estereotipadas mistifican nuestras imágenes y estigmatizan a los más vulnerables. Por eso, nosotros, ratificamos esta Carta definiendo los derechos y las responsabilidades que tienen que ser respetados en los países democráticos y en la ley internacional.

Artículo 1. Respeto

Todos los individuos tienen el derecho de ser tratados con respeto, según los principios fundamentales de la dignidad, de la integridad, de la identidad y de la no discriminación.

Artículo 2. Libertad

Todos tienen el derecho de acceder a canales de comunicación independientes del control gubernamental o comercial.

Artículo 3. Acceso

Para poder ejercer los propios derechos, las personas tienen que tener las mismas posibilidades de acceso a recursos y medios tanto locales como generales, canales de comunicación convencionales y avanzados; para recibir opiniones, información y conceptos en un lenguaje que ellos habitualmente utilizan y comprenden; para recibir una gama de productos culturales diseñados para una gran variedad de gustos y de intereses; y para tener fácil acceso a hechos concernientes a la propiedad de los medios y fuentes de información. Las restricciones relacionadas con el acceso a la información tendrían que ser consentidas solamente por buenos y válidos motivos, como en el caso de estándares internacionales de derechos humanos, o para la salvaguarda de una sociedad democrática, o de los derechos fundamentales de terceros.

Artículo 4. Independencia

El reconocimiento del derecho de los individuos a participar, contribuir y sacar provecho del desarrollo de estructuras de comunicación autosuficientes, precisa una ayuda internacional para el desarrollo de medios independientes; programas de formación para los trabajadores de los medios; la constitución de asociaciones representativas independientes, grupos o sindicatos de periodistas y asociaciones de escritores y de editores; y el uso de estándares internacionales.

Artículo 5. Alfabetismo

Cada individuo tiene el derecho de adquirir información y conocimientos necesarios para participar plenamente en los procedimientos de toma de decisiones y de comunicación pública. Esto requiere habilidades de lectura, escritura y narración; conocimiento crítico de los medios; conocimiento del uso de la computadora; educación sobre la función de la comunicación en la sociedad.

Artículo 6. Tutela de los periodistas

Los periodistas tienen que estar totalmente tutelados por la ley, comprendiendo la ley humanitaria internacional, especialmente en las áreas de beligerancia. Tienen que tener protección, ilimitado acceso a las fuentes de información y tienen que estar en condiciones de pedir asistencia, cuando sea necesario, a través de un ente internacional.

Artículo 7. Derecho de réplica y de resarcimiento

Cada individuo tiene el derecho de réplica y de pedir una indemnización por daños causados por información errónea difundida en los medios. Las personas afectadas tienen que tener la oportunidad de corregir, en modo conveniente, afirmaciones que le conciernen y que tienen un justificado motivo para ser rectificadas. Tales rectificaciones tienen que tener la misma categoría que se le dio a la expresión original. Los Estados tendrían que sancionar indemnizaciones frente a daños probados, o pedir correcciones, en el caso en que un juez haya establecido que un productor de información intencionalmente haya difundido una información imprecisa, o distorsionada y perjudicial, o haya contribuido a la difusión de dicha información.

Artículo 8. Identidad cultural

Todos los individuos tienen el derecho de defender la propia identidad cultural. Esto incluye el respeto de la actividad para el desarrollo cultural de las personas y el derecho de libre expresión en los lenguajes que comprenden.

El derecho de las personas de protección de su espacio y de su herencia cultural no tiene que violar otros derechos humanos o normas de esta Carta.

Artículo 9. Diversidad de lenguaje

Cada persona tiene el derecho a la diversidad de la lengua. Esto comprende el derecho de expresarse y de acceder a la información en la propia lengua, el derecho de usar la propia lengua en

las instituciones educativas del Estado y el derecho de tener, cuando sea necesario, reglas adecuadas creadas para el uso de lenguas de grupos minoritarios.

Artículo 10. Participación en las decisiones políticas

Todos los individuos tienen el derecho de participar en el procedimiento público de toma de decisiones relativo a las reglas de la información, al desarrollo y al uso del conocimiento; a la conservación, a la protección y al desarrollo de la cultura, a la elección y a la aplicación de tecnologías para la comunicación, a la estructura y a las políticas de la industria de los medios.

Artículo 11. Derechos de los niños

Los niños tienen derecho a productos mediáticos diseñados para satisfacer sus necesidades e intereses y que favorezcan su desarrollo físico, emocional y mental. Ellos tienen que estar protegidos de comunicaciones perjudiciales y de publicidad, y de otros condicionamientos en la casa, la escuela y en los lugares de distracción, de trabajo o en las tiendas. Las naciones tendrían que activarse para producir y distribuir en gran escala materiales culturales y de distracción de calidad elevada, creados para los niños en sus lenguas.

Artículo 12. Ciberespacio

Todas las personas tienen el derecho de acceso total al espacio cibernético y a un equitativo uso del mismo. Sus derechos a comunidades libres y abiertos en el espacio cibernético, su libertad de expresión electrónica, y su libertad de controles e intrusiones de carácter electrónico, tienen que ser tutelados.

Artículo 13. Privacidad

Todas las personas tienen el derecho de estar protegidas de la publicación de afirmaciones irrelevantes para el interés público, o de fotografías privadas o de otras comunicaciones particulares sin autorización, o de información personal brindada o recibida en forma confidencial.

La información obtenida de comunicaciones personales, o de trabajo, o de transacción, no tienen que ser utilizadas a fin de vigilancia o para motivos comerciales no autorizados.

De todos modos, las naciones tienen que prestar especial atención para que la protección de la intimidad no interfiera indebidamente con la libertad de expresión o con la administración de la justicia.

Artículo 14. Daños

La gente tiene el derecho de pedir que los medios se opongan activamente al odio, a los prejuicios, a la violencia, a la guerra. La violencia no tiene que ser presentada como un fenómeno normal, "viril", o divertido, sino que tendrían que ser expuestas las consecuencias de la violencia y las alternativas al mismo. Otras violaciones de la dignidad y de la integridad del hombre a evitar son las imágenes estereotipadas que distorsionan la realidad y la complejidad de la vida de las personas. Los medios no tienen que ridiculizar, estigmatizar o demonizar a las personas en base a género, raza, clase, etnia, lengua, preferencias sexuales, condiciones físicas o mentales.

Artículo 15. Justicia

La gente tiene el derecho de pretender que los medios respeten los estándares de los procedimientos normales en la crónica de los procesos judiciales. Esto implica que los medios no tendrían que presumir culpabilidad antes de la sentencia, invadir la intimidad de los acusados, y no tendrían que transmitir en directa televisiva los procesos penales cuando el procedimiento está en acto.

Artículo 16. Consumo

Las personas tienen derecho a una información útil y real para el consumidor y a la protección contra una información distorsionada y engañosa. Los medios tienen que evitar, si es posible, difundir publicidad camuflada como noticias y entretenimiento (información comercial, posicionamiento de los productos, programas para la infancia que utilizan personajes y juguetes en concesión, etc.), de crear necesidades, pedidos, productos y actividades que sean costosos, inútiles, nocivos o perjudiciales de un punto de vista ecológico. La publicidad destinada a los niños tiene que estar sometida a un control especial.

Artículo 17. Responsabilidad

Los individuos tienen el derecho de considerar a los medios como responsables con relación a su público; y del respeto, por su parte, de los estándares establecidos en esta Carta. Con este propósito los medios tendrían que definir mecanismos, incluyendo organismos de autocontrol, que vigilen y rindan cuentas sobre las acciones emprendidas para alcanzar el objetivo de adecuación a los estándares.

Artículo 18. Aplicación

De conformidad con los firmantes, serán activados mecanismos nacionales e internacionales para dar publicidad esta Carta; para aplicarla en el mayor número de países posibles y en las leyes internacionales; vigilar y asegurar el comportamiento de los países y de los medios a la luz de estos estándares; recibir quejas relacionadas con violaciones; sugerir medidas correctivas adecuadas; definir procedimientos para recibir periódicamente, desarrollar y modificar esta Carta.

Derecho a la comunicación, comunicar los derechos.

Hacia Ginebra 2003: Primera Cumbre sobre la sociedad de la información

Jason Nardi, director de Unimondo

New World Italy (www.unimondo.org)

La sociedad de la información está a las puertas, más precisamente, ya estamos dentro. Algunos la definen incluso como la sociedad del conocimiento (*Knowledge-based Society*), un no-lugar que proporcionará increíbles beneficios para la democracia (digital), la educación, la salud, el desarrollo (más o menos sostenible: el ambiente no viene citado frecuentemente). Redes sin puntos de fractura que transportan flujos de información desde los mayores centros a los más pequeños pueblos, y que vuelven aún más ricos de "saberes". Prometedoras soluciones llave-en-mano para los países más pobres (mejor dicho, empobrecidos) con la institución de autopistas informáticas y gobiernos digitales. Y aún más, rápidos incrementos de las capacidades para administrar cuestiones globales, pero aún más para hacer circular valores e inversiones en manera instantánea de una punta a otra de la tierra; y por lo tanto, de aumentar las riquezas en diversos países resolviendo problemas crónicos de la noche a la mañana, con una visión de crecimiento infinito.

La realidad, si la actual tendencia de concentración económica-mediática sigue al ritmo de hoy, puede ser bien distinta, con la pérdida en vez de la conquista de derechos adquiridos en el tiempo sobre la libertad de expresión y de acceso a los medios de comunicación. Los frutos de la creatividad humana -de la cultura académica a la popular, de las medicinas indígenas a la música tribal- se tornan cada día más en objeto de privatización, concentrando la propiedad en manos de pocos y limitando el acceso a aquellos que pueden pagarlo. El éter, desde las ondas radio-televisivas a aquellas para las telecomunicaciones en general, es cortado en franjas y vendido al mejor postor. Incluso Internet, que alguna vez fue un prometedor instrumento de la esfera pública, es comercializado y controlado cada día más por los actores del "Mercado". Los medios masivos, esterilizados y homogeneizados, venden el consumismo a la gente, y la gente a los publicitarios. Muchos temen que detrás del actual impulso hacia la "Sociedad de la información", esté la expansión irrefrenable del control corporativo, que aísla el disenso y construye el consenso. Los intereses de las corporaciones económicas internacionales están sólidamente a la punta de los procesos, con los gobiernos y las instituciones internacionales que frecuentemente permanecen relegados a la función de árbitros de luchas entre monolitos para conquistar los espacios más significativos de mercado. Se presta poca atención a las reglamentaciones internacionales y a las implicaciones sobre la población y sobre el desarrollo social.

Sin embargo, particulares y asociaciones en diversos niveles están creando una nueva visión de la sociedad de la información, una visión en la cual los derechos humanos están en el centro. Se están utilizando nuevas formas de medios y de instrumentos para "hacer red" y construir comunidad global partiendo del nivel local, para compartir el conocimiento, amplificar las voces marginadas, organizar acciones políticas, reforzar la participación y favorecer y celebrar las diversidades intelectuales y culturales. Tenemos que elegir, y luego construir, la Sociedad de la Información que queremos. ¿Será la que agrada a las élites corporativas, pero excluye a la mayoría de los habitantes de la tierra - o aquella que ampliará el acceso, la sustentabilidad, los derechos humanos, la participación y la dignidad de las personas? El derecho a comunicar es un derecho humano universal, que influencia e incluye todos los demás derechos humanos. El surgimiento de la Sociedad de la Información debe ver a este derecho reforzado y extendido para el beneficio de todos.

¿Qué sociedad y qué información?

La pregunta que se presenta a este punto, y que es el tema de uno de los "*issue papers*" [folletos] de la campaña de CRIS (ver más adelante) es si el término Sociedad de la Información (o el relacionado y más amplio Sociedad del Conocimiento -*Knowledge Society*-) es útil para la sociedad civil, y si es adecuado para describir los cambios en las estructuras y en los procesos sociales globales que se están desarrollando hoy en el mundo. ¿Existe verdaderamente una nueva forma emergente de Sociedad? ¿Cómo se manifiesta? Hay dos problemas asociados al uso del término "La Sociedad de la Información": el primero es para que no vaya en sí mismo en la dirección de un solo modelo global, se tiene que declinar en plural con varias posibles sociedades de la información (*information societies*), para luego determinar cuál de ellas sustenta mejor al desarrollo social y a los derechos humanos; el segundo es que a menudo se presenta a las ICT (tecnologías de la información y comunicación) como fines en sí mismos, en vez de instrumentos.

Posteriormente, le siguen cuestiones clave, que debe ser afrontadas:

- ¿Quién produce información ¿es propietario y hasta qué punto?
- ¿Cómo tiene que ser difundido y distribuido el conocimiento? ¿Quiénes son los guardianes del "portal" de tal conocimiento?
- ¿Qué limita y qué favorece el uso del conocimiento por parte de las personas, para alcanzar sus propios fines? ¿Quiénes están posicionado en mejor lugar y quiénes peor para aprovechar este conocimiento?

Ginebra 2003, hacia la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

La primera reunión preparatoria del WSIS, la primer cumbre mundial de la ONU sobre la Sociedad de la Información, se desenrolló a principios de julio de 2002. Su objetivo declarado es "desarrollar una visión común y una comprensión de la Sociedad de la Información y diseñar un plan de acción para un desarrollo concertado hacia la realización de esta visión". La cumbre propiamente dicha tendrá lugar en dos fases: la primera en Ginebra (10-12 de diciembre de 2003, hospedada por el gobierno suizo) y la segunda en Túnez, en el 2005. En los documentos preparatorios se lee que se realizará "en un momento en el cual se reconoce a nivel mundial que la sociedad ha cambiado y continúa a modificarse como resultado de las rápidas mutaciones en el ámbito de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones (ITC), y que están provocando cambios culturales, sociales y económicos en el mundo nunca pensados en el pasado" (*wsis.itu.int*). El comité preparatorio (PrepCom), organizado por el ITU (Unión Internacional de las Telecomunicaciones - una de las agencias de la ONU), definirá dos aspectos clave: la agenda de la Cumbre y los reglamentos relativos a la participación de los diversos sectores convocados para este proceso: gobiernos, sector privado, sociedad civil, organismos de las Naciones Unidas y organizaciones inter-gubernamentales. En el Comité preparatorio han participado representantes de 121 países, 144 ONG, 29 organizaciones internacionales (la mayor parte relacionadas al sistema de las Naciones Unidas) y 39 empresas privadas. Los delegados de la sociedad civil han criticado la doble representación del sector privado corporativo: en efecto, además de contar con los representantes directos de las empresas (entre las cuales Sony, Alcatel, Deutsche Telecom, Swisscom), hay asociaciones de empresarios de carácter internacional como el Foro Económico Mundial (el WEF, que agrupa las 1000 corporaciones más grandes del mundo), la Cámara de Comercio Internacional, etc., acreditadas con delegados bajo la denominación de "organizaciones no gubernamentales de la sociedad civil".

La participación de la sociedad civil ha sido, por lo tanto, bastante elevada, pero conflictiva. Muchos han expresado su desilusión con respecto a las expectativas, y por primera vez en este género de vértices, las modalidades de participación permiten al sector privado que se acredite directamente como entidad particular. En el sistema de las Naciones Unidas, el sector privado está representado por asociaciones de categoría (como, por ejemplo, la Sociedad Internacional de los Editores), y no por empresa, como por ejemplo Microsoft, IBM o Cisco. A este punto, la pregunta apropiada es: ¿el WSIS será un vértice del ONU o del ITU, al que adhieren 650 multinacionales? Algunos gobiernos (como China, Siria y Pakistán) no apoyan un vértice tripartito y quisieran que fuera exclusivamente inter-gubernamental. Los EE.UU. no ven al WSIS como un lugar donde discutir sobre Información, sino simplemente sobre tecnologías. Casi todos los delegados de los demás países, en cambio, hacen referencia a cuestiones de desarrollo y reducción de la pobreza, pero tienen resistencia a abrir la discusión sobre el "buen gobierno" (*governance*), la libertad de prensa, etc.

¿Y la Sociedad Civil? Muchos temen que los derechos adquiridos por la sociedad civil en la participación de los procedimientos de toma de decisiones del sistema de las Naciones Unidas en los últimos 50 años, estén bajo la amenaza de una cada vez más evidente "privatización" de la ONU. Canadá y Suiza alientan la participación de organizaciones no gubernamentales y otros actores de la sociedad civil, pero hoy gran parte de las reuniones preparatorias se desarrollan a puertas cerradas y resulta difícil ampliar los temas tratados a los que hacen referencia más directamente a los derechos humanos, a la democracia y al buen gobierno (además de los más específicos "*cyber-rights*" [ciberderechos]).

Según el profesor Cees Hamelick, del Centro para los Derechos Humanos y la Comunicación de la Universidad de Amsterdam, el problema no es el de la información, como proceso vertical, cuanto de comunicación. "Más comunicación no significa necesariamente menos conflictos. Éste es un razonamiento ingenuo. Al aumentar la capacidad de información, disminuye la capacidad de comunicación, porque la gente no dialoga, no escucha. Y ahora lo que se necesita es el diálogo y la posibilidad de permanecer abiertos a los cambios. El gran desafío del vértice es afrontar el derecho a comunicar, que es un derecho humano que implica el derecho a la participación, a la asociación, a la

información, a la diversidad cultural, a la intimidad y a la confidencialidad”.

Peces y computadoras: el digital divide [brecha digital]

Walden Bello, respondiendo a quienes proponen resolver los problemas del hambre en el mundo inundando los países empobrecidos con nuevas tecnologías digitales y computadoras de segunda mano, comenta desencantado que una vez por desarrollo se entendía “dar una caña de pescar y enseñar a pescar”. Más allá del paternalismo de semejante enfoque, ¿cómo se puede, se pregunta Bello, “pescar con una PC”? La multiplicación de los peces no es todavía un campo promisorio para la robótica, ni se puede pensar atravesar el Mar Rojo del *digital divide* con milagros de otros tiempos. Cuando gobiernos como el italiano hablan de *e-democracy* y de *e-government* como panacea para el mal gobierno de los países “en vías de desarrollo”, se refieren exclusivamente a las élites de esos países, ya que faltando frecuentemente la electricidad o las infraestructuras básicas, no se puede hablar de *e-nada* para el resto de la población.

El “*digital divide*” (o brecha/abismo digital) será un tema central de la Cumbre. Hay una evolución en el modo en que la comunidad internacional, así como los gobiernos y las empresas involucrados tienen que contribuir a la reducción de la distancia entre los países pobres y los ricos desde el punto de vista de las telecomunicaciones. En 1984, en los tiempos de la Comisión Maitland, el acento estaba exclusivamente sobre la infraestructura. Esto se traducía sobre todo en movilizar los recursos financieros necesarios para incrementar la densidad de líneas telefónicas en los países en vías de desarrollo. Cuando en 1994, el vicepresidente estadounidense Al Gore se hizo promotor de una *Global Information Infrastructure* (GII) [Infraestructura Global de Información], el enfoque ya había cambiado y el acento fue colocado tanto sobre la “teledensidad”, como sobre la importancia de la implementación de un cuadro legal necesario para atraer las inversiones privadas y para reducir los costos para el usuario final. Este nuevo énfasis, en breve, ha incluido también el desarrollo de programas para contribuir a los objetivos de desarrollo económico de los países en vías de desarrollo, específicamente, el comercio electrónico.

En realidad, el debate comprende a todos los actores involucrados e incluye, además de las cuestiones del acceso y de las infraestructuras, de la reglamentación y de la competencia, también a los siguientes temas: contenido (respeto de lenguas y prácticas y sensibilidad socio-culturales locales; desarrollo de contenidos locales), conocimiento (formación de los recursos humanos requeridos para la Sociedad de la Información), participación (compromiso de la sociedad civil en las elecciones económicas y técnicas, a nivel local e internacional).

Nuevas alianzas de las cuales hay que mantenerse alejados

Mientras tanto, el conglomerado de multinacionales del sector de ICT se está moviendo con increíble rapidez y pone interrogativos no desdeñables. Comienzan a ser publicadas las primeras indiscreciones sobre el nuevo proyecto Microsoft, denominado “*Palladium*” (ver el artículo en www.apogeeonline.com/webzine/2002/07/02/01/200207020102). El semanario Newsweek describe los objetivos, entre los cuales “la seguridad de las comunicaciones entre PC”. Hasta aquí, nada de malo. Si no fuera que “para obtenerla, Microsoft cierra un pacto con empresas como Intel y Amd, Compaq, Ibm y Dell. En otros términos las reglas de seguridad no estarán programadas solamente sobre el software, sino también en el microprocesador. La nueva PC (que saldrá a la venta en el 2004, con el nuevo sistema operativo de MS) tiene que garantizar un control absoluto sobre cada documento, sitio Internet, programa, con un sistema de autorizaciones ligadas a la PC y a la identidad del usuario”. En resumen, significa el fin de la libertad en la red de redes como la hemos conocido hasta ahora y, al mismo tiempo, un formidable ataque a la competencia (Macintosh y Linux en primer lugar), que amenaza con barrer con un sólo golpe.

En el artículo de Apogeo-online: “Este modo de proyectar a las computadoras tiene consecuencias muy interesantes. La más obvia es el fin de la piratería de software, musical y cinematográfico doméstica: ¿si el flujo audio/video está cifrado en todo el recorrido interno de la PC y, sobre todo, no es posible instalar programas no autorizados que lo graben, cómo se hace para crear copias abusivas? Con esta garantía, finalmente las discográficas y magnates de Hollywood pueden ofrecernos sus productos vía Internet, legalmente y (por supuesto) bajo pago. Análogamente, los programas se podrán quizás copiar (por motivos de backup), pero no podrán ser ejecutados sin la relativa autorización individual. La consecuencia menos obvia es que el mismo sistema consiente a las

susodichas discográficas y magnates decidir qué cosa podemos ver y escuchar, como también cuándo y cuántas veces podemos hacerlo. Los programas de lectura (el Windows Media Player, para entendernos) estarán programados en modo de tocar tan solo música autorizada. Hay que decir adiós a la colección de MP3, aún cuando estén legítimamente sacados de los CD que poseemos y hemos pagado. Y ni pensemos instalar otro programa menos escrupuloso (como WinAmp): no funcionará, porque no es software autorizado. (...) Para las grandes empresas, Palladium es verdaderamente la Solución Final: Linux y Apache eliminados, piratas de los medios derrotados, y los programadores independientes rendidos a los pies. Quién controla Palladium controla todos los computadores y, bajo pedido, controla también la libertad de lectura. Un cuadro desolador. Considerando los nombres y los capitales que apoyan la iniciativa Palladium/TCPA, parece que nos tenemos que rendir ante lo inevitable. Sobre todo después de los acontecimientos del 11 de Septiembre, existe una insensata carrera mundial para abrazar incondicionalmente cualquier tecnología que permita –aunque sea vagamente– darnos mayor seguridad. Es fundamental, en cambio, distinguir entre seguridad real y pacotilla comercial. Luchar contra esta abominación se puede: lo hemos hecho con éxito con el famoso número de serie único anidado en el Pentium III y luego removido gracias a las protestas en las generaciones sucesivas. El primer paso de esta lucha es difundir la conciencia del problema.

La Unión Europea reflexiona

Frente a toda esta "revolución", ¿dónde está la Unión Europea? Bien lejana de una gestión pluralista de los medios de comunicación, de una reglamentación equitativa y eficaz de los recursos, y de una capacidad total de socializar el acceso a la información, Europa está "reflexionando" sobre cuáles senderos recorrer. El presidente de la Comisión Europea Prodi ha declarado, sobre este tema, que "los cambios -los más significativos desde la revolución industrial, son muy extensos y globales. No están relacionados solamente con la tecnología, pero tendrán consecuencias para todos, en todas partes. Administrar la información representa uno de los desafíos económicos y sociales centrales, con los que Europa se tiene que confrontar hoy." Mientras tanto, se refuerzan los oligopolios y las fusiones (el M&A, *mergers and acquisitions*, del sector ICT cada vez es más imponente también en Europa), creando centros de poder a los cuales será cada vez más difícil pedir que rindan cuentas en el futuro.

En el documento preparatorio de la Unión Europea (titulado "Reflections of the European Union, Bruxelles, 19 junio 2002), se delinea un recorrido común para los 15 países de la Unión, con un plan de acción que el último Consejo Europeo en Barcelona ha pedido que sea presentado en el 2005. Entre los principales ejes estará el de las "fuerzas de seguridad pública on-line y el acceso a altas cuotas de información con un cierto nivel de confidencialidad. El objetivo es reforzar la cohesión digital entre los ciudadanos".

Una cuestión central ha sido la revisión del cuadro legal para los servicios de telecomunicación. Elaborado en el 2001, este nuevo marco de reglamentación ha sido adoptado precisamente para responder a las tendencias de convergencia (es decir, al hecho que servicios semejantes estén distribuidos sobre redes diversas). El nuevo marco legal, cubrirá y pondrá sobre el mismo plano, todas las redes de comunicación electrónica, incluso aquellas que "transportan" contenidos de amplia difusión como las redes de televisión vía cable, por tierra y satelitales, las infraestructuras asociadas y los servicios de comunicación electrónica. De esto serán responsables las autoridades nacionales y los 15 países de miembros de la UE se tendrán que haber adecuados a la nueva legislación antes del verano de 2003: este es uno de los pilares de la Sociedad de la Información en Europa.

Campañas promisorias

La campaña de CRIS (Communication Rights in the Information Society - Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información) fue lanzada en Noviembre de 2001 por la *Plataforma para los Derechos de la Comunicación* (www.comunica.org), una coordinación de ONG internacionales que actúan en el campo de los medios y de la comunicación, y luego fue retomada en Porto Alegre durante el segundo Foro Social Mundial. Según la campaña, el WSIS es un medio, no un fin. Las cuestiones que se afrontan son más grandes de cuanto puede ser afrontado en una

cumbre, pero es un punto de partida promisorio. "Nuestra visión de la Sociedad de la Información está basada en el Derecho a comunicar, como medio para reforzar los derechos humanos y la vida social, económica y cultural de las personas y de las comunidades. Para esto es crucial que las organizaciones de la sociedad civil se unan para ayudar a construir una Sociedad de la Información basada sobre los principios de transparencia, diversidad, participación y justicia social y económica, así como también inspirada de perspectivas igualitarias de sexo, cultura y territorio. En este sentido, el WSIS ofrece un importante foro para promover este objetivo. Apuntamos a ampliar la agenda del WSIS y sus objetivos, especialmente con referencia a cuestiones mediáticas y comunicativas, y a alentar la participación de un amplio espectro de la sociedad civil en este proceso.

Los temas y las acciones de CRIS

Poner a los derechos humanos en el centro de una Sociedad de la Información significa trabajar a través un abanico de áreas diversas. CRIS se concentra sobre los temas que pueden influir directamente sobre la vida de las personas, como:

- Reforzar el dominio público, asegurando que información y conocimiento estén directamente disponibles para el desarrollo humano y no cerradas con llave en manos privadas.
- Asegurar el acceso al alcance de todos y el uso efectivo de redes electrónicas en un contexto de desarrollo, por ejemplo, mediante reglamentos sólidos e innovadores e inversiones públicas;
- Controlar y extender los bienes comunes globales, ya sea para el *broadcast* como para las telecomunicaciones, para asegurar que estos recursos públicos no sean vendidos para fines privados;
- Instituir *governance* [buen gobierno] democrático y transparente de la Sociedad de la Información desde los niveles locales a los globales.
- Afrontar *la vigilancia y la censura* de la información, gubernamental o comercial;
- Sostener medios comunitarios y de base, tradicionales y nuevos.

CRIS crea un espacio para la sociedad civil para hacer red y para actuar sobre la sociedad de la información a través de tres ejes de acción:

- Concientizar, educar, estimular el debate sobre aspectos centrales de la sociedad de la información como los derechos humanos y el desarrollo.
- Facilitar y alentar la movilización de la sociedad civil sobre estas cuestiones, para actuar en varios niveles y en diversos espacios de debate.
- Elaborar, consultar y perfeccionar diversas posiciones de la sociedad civil con referencia al WSIS y hacer actividad de promoción y presión para su implementación. En otras palabras, esto incluye la producción de documentación, recursos web interactivos, organización y participación a seminarios sobre el tema, compartir información, *lobbying* [ejercer presión] y *advocacy* [actuar en defensa]

Qué puedes hacer

CRIS es una campaña abierta, que reúne organizaciones y activistas. Está organizada en grupos de trabajo, con grupos temáticos que se concentran sobre temas específicos, y referencias nacionales y regionales para sostener la actividad local. En Italia, puedes ponerte en contacto con: Unimondo/Oneworld Italy y escribir un correo electrónico a cris@unimondo.org

El movimiento y la izquierda confrontados sobre el problema de la comunicación en el Foro Social Europeo de Florencia

Marco Trotta, "Carta"

En *Il Manifesto* del 12 de mayo de 2001, Guido Caldiron, escribió un artículo muy interesante con título *Populismo, il Sudamerica ad Arcore* [Populismo, Sudamérica en Arcore –ciudad de residencia de Silvio Berlusconi-]. Era la vigilia de las elecciones políticas que sancionaron una nueva victoria de Silvio Berlusconi y Caldiron, viejo investigador atento a la evolución de las "derechas plurales"; citando un ensayo del politólogo Guy Hermet, ponía en claro el tipo de laboratorio político que estaba por darse en nuestro país con la victoria anunciada del Polo delle Libertà [Polo de las Libertades]. Un laboratorio evidenciado por un análisis coherente y lógico, no "partisano", que ponía en claro sobre todo un aspecto, el del advenimiento de un "neopopulismo mediático" propiamente dicho, vencedor intérprete de una idea de antipolítica que saldaba sus cuentas con el pasado y se caracterizaba, por una parte, "por el uso intensivo de las tecnologías de la comunicación (...) desde una perspectiva análoga a aquella de la mercadotecnia de un producto", y por el otro, por la "referencia constante, para el proyecto berlusconiano de gestión del Estado, del modelo de la empresa". Caldiron, siempre citando Hermet, continúa diciendo que una situación de este tipo no tiene parangones a menos que se considere "América latina, teatro específico de la milagrosa ascensión hacia la presidencia de Brasil de Fernando Collor sostenido por la potente tv Globo" (pero se puede añadir, en otro modo, también a Vicente Fox, presidente mexicano, que como jefe de una coalición de centroderecha y con un pasado de ex ejecutivo de Coca Cola Company, ha derrotado en las últimas elecciones al PRI, que estaba desde hace más de cincuenta años en el gobierno). Pero, sobre todo, son las consideraciones finales las que hacen reflexionar, sobre la necesidad de considerar los "neopopulismos" a la Berlusconi como "un fenómeno que ya ha atravesado el ámbito estrecho y provisional de la "protesta" para insertarse establemente en el panorama político internacional, no como un vestigio sobreviviente del pasado, sino como un síntoma amargo de la modernidad y de sus contradicciones. El término "globalización" no está citado explícitamente, pero es evidente que en el marco de este razonamiento y dentro del cuadro de una perspectiva hecha de tecnologías para la comunicación, pone en evidencia sustancialmente dos cosas: por una parte, el carácter transnacional del fenómeno (para el cual, se decía, Italia hace de laboratorio), y por la otra, la compleja mezcla con los fuertes poderes económicos que actualmente gobiernan el panorama de las "contradicciones y de las amargas" de esta globalización bajo el modelo económico neoliberal.

La izquierda institucional

Si ésta es la situación vista desde la derecha, la pregunta central es qué grado de conciencia de esta situación tiene la izquierda, y sobre todo en aquella institucional, que el 13 de mayo fue confrontada y vencida. Una respuesta más "coherente" no podía ser pronunciada por Massimo D'Alma, presidente de DS [Democratici di Sinistra – Demócratas de Izquierda], que solamente algún tiempo antes, como huésped en una Fiesta de la Unidad en Bolonia, fue invitado a responder a la pregunta sobre qué cosa pensó del cierre de L'Unità, histórico órgano de información del PCI [Partido Comunista Italiano] primero y después del PDS [Partido Demócrata Socialista], cerrado por problemas económicos y vuelto a abrir, confiado al director Furio Colombo, precisamente en vista de las elecciones políticas del 13 de mayo. El razonamiento fue más o menos éste: en los años 40 y 50, el movimiento obrero necesitaba un órgano de información que representó el propio punto de vista contrapuesto al de la "prensa burguesa", pero hoy un "punto de vista de izquierda" viene abordado por muchos otros diarios como "la Stampa, Repubblica, Il Corriere della Sera". Con la misma "coherencia" y visión de los hechos, se tendría que añadir, que desde hace tiempo, los cuadros directivos de este partido han abandonado no solamente "las casas del pueblo", sino también la red comunicativa, radios comunitarias, hojas informativas convirtiendo en evidente, más allá de los razonamientos afectivos-políticos que pueden surgir viendo amainar ciertos símbolos y ciertas banderas, un proceso de transformación que ha decretado el alejamiento y el desarraigo de la sociedad real aún sobre el terreno de la comunicación como espacio compartido y de relacionamiento básico del "hacer sociedad". Si esto no fuera ya bastante grave, se tiene que añadir que, a través de las puntas ofrecidas por el análisis de Caldiron, permanece el verdadero nudo central: qué comunicación e información es posible hoy, como imaginario y modelo de sociedad, en este cuadro complejo de relaciones de fuerza, sobre todo económicas y sociales, que traspasan los confines nacionales y definen nuevos escenarios de comprensión de la realidad misma. En este sentido el *impasse* cultural parece formidable y tiene al menos un precedente histórico que vale la

pena analizar para entender también como ha reaccionado, en cambio, la sociedad civil italiana. Hoy se habla en manera insistente de conflicto de intereses, y el 23 de julio hasta hubo una advertencia muy fuerte del presidente de la República, con siete impresos enviados a las cámaras que tenían como argumento el pluralismo de la información en un cuadro político que ha visto a la RAI en el centro de numerosas polémicas por las declaraciones de corte "revisionista" de su presidente Baldassarre. Pero para comprender bien como se ha llegado a este punto, y cuáles enfoques dramáticamente atrasados permanecen sobre la cuestión, es necesario analizar la derrota de los referéndum contra la ley Mammi del 95. También en ese momento el país estaba en fuerte fermento y una coalición compuesta de partidos y sociedad civil (sobre todo esta última) estaba movilizada para recoger las firmas necesarias para derogar algunos artículos de la ley Mammi, que objetivamente ha permitido al empresario Berlusconi contrastar el monopolio de Estado con un duopolio, y por lo tanto, establecer un control absoluto una vez que asumiera como presidente del Consejo. Esa batalla se perdió por un problema de enfoque, sobre todo por parte de la izquierda institucional, con dos elementos básicos de la propaganda neopopulista Fininvest-Berlusconi:

- La televisión, y los medios masivos en general, vistos no tanto como ámbitos que producen información, mediante los telediarios por ejemplo, sino como reformuladores propiamente dichos de modelos culturales y de desarrollo de la sociedad. Centrales, por ello, en la percepción de la realidad como espacio en transformación. Más que la reconocida obediencia de Emilio Fede, para la victoria del 94 fueron determinantes las declaraciones de voto públicas a través de las propias transmisiones de entretenimiento de personajes "amados por el público" como Mike Buongiorno o Raimondo Vianello. La Italia de los certámenes millonarios, de las telenovelas, de la televisión compasiva y de la escandalosa cooperación internacional, de la antipolítica por definición, surgida de un decenio que ha provocado el descarte del precedente grupo dirigente, votaba cuando iba de compras y se reflejaba en las lentejuelas de una TV que hacía propaganda de aquel modelo de sociedad que, desde la otra parte del Adriático, como en la película "Lamerica" de Gianni Amelio, llenaba de hombres y mujeres con esperanzas e ilusiones, los barcos en busca de fortuna sobre nuestras riberas. Era la parte de la humanidad que había aprendido a "conocer y soñar" a Italia y al italiano, captando las señales débiles de nuestra televisión y que buscaba de nuestra tierra, aquel país visto en la publicidad.
- La información de los medios masivos, y la televisiva en particular, vista como un producto gratis. Destaco gratis en vez de libre, precisamente porque esta palabra fue ampliamente utilizada como púa en las confrontaciones con una izquierda "moralizadora". Fininvest os hace ver su película gratis, con la RAI tenéis que pagar el canon. En ese "gratis", precisamente porque no era "libre", se escondía toda la mentira de un sistema económico que había hecho de lo virtual y de lo efímero, un código cultural que invadía cada ámbito, desprendido ya con el financiamiento, del puramente económico. Gratis, porque no se paga, es el costo social de nuestro modelo económico, que hace fabricar zapatos por pocos dólares en las maquilas del sur del mundo o que viene transformado en "opción cero", o sea la anulación de los muertos militares (occidentales, y no por cierto la de aquellos civiles golpeados) de las nuevas guerras humanitarias inauguradas en los años 90, constituyentes del nuevo orden mundial.

El movimiento de movimientos

Los dos puntos abiertos citados permanecen centrales todavía hoy en el mercado de la información como espejo de la sociedad de consumo masivo que lo ha producido, y aunque es evidente que, a pesar de la dramática actualidad, hay una izquierda institucional dramáticamente atrasada sobre este análisis, por otro lado se tiene que admitir que las señales más promisorias de resistencia y sobre todo de propuesta y empuje ha provenido de la sociedad civil de este país, sobre todo aquella comprometida en el movimiento de los movimientos. Esto es evidente sobre todo porque la punta del ovillo no puede hallar sin buscarla desde una perspectiva global. El movimiento italiano se afirma en la primavera del 2000, madurando una serie de dinámicas en la sociedad vivas y activas desde hacía por lo menos diez años, y que encuentran una propia percepción de masa en las imágenes de Seattle en el 99 con el asedio al WTO. Imágenes de multitudes coloridas y multiculturales, radicalmente pacíficas, afrontadas por la arrogancia del poder que viste los uniformes de "Robocop" de la policía estadounidense en disposición antitumultos. Fue ese resorte que hizo disparar algo y dio la percepción, conjuntamente con las causas internas que hicieron fracasar al Millenium Round, que algo estaba cambiando, que finalmente el muro de los medios que durante años nos habían contado una realidad que no existe, se estaba agujereando y había un opinión pública mundial que tomaba conciencia de los problemas. Maurizio Melloni y Giorgio Dal Fiume, que conjuntamente eran delegados oficiales, hicieron unas crónicas memorables preguntándose el motivo por el cual,

después de años de obstinada denuncia de acuerdos como el MAI, solamente ahora los periodistas, por ejemplo, del periódico *Repubblica* (que ofrece opiniones de "izquierda", D'Almeida dixit), comenzaban a escribir sobre estas cosas. Seattle también es el nacimiento de Indymedia y en Bolonia, en junio de 2000, uno de los experimentos más exitosos de comunicación como "interferencia cultural" (descrito en el libro "No Logo" de Naomi Klein) cuando, en la protesta contra el vértice de la OCSE, se utilizó un cartel publicitario "Telecom" con el eslogan "¿Para qué sirven los límites? Para ser superados" para hacer oír un pedido que atravesaba la ciudad y parecía impermeable a los "palacios": si hasta la publicidad no concibe más los confines, por lo tanto, estamos en contra los centros de detención para emigrantes: "Libertad de movimiento para todos y todas". Una vez más, entonces, los medios como instrumentos de comunicación que definen un modelo y la percepción que se puede transformarlo cambiando los códigos, la estructura y el lenguaje. Pero esto no habría servido para nada si en nuestro país, durante un decenio, no se hubiera desarrollado un movimiento subterráneo vivo y activo, de realidades locales que han producido *networks*, redes telemáticas, diarios de barrio, radios comunitarias, que paciente y constantemente han roto el manto de silencio produciendo una sensibilidad de masa sobre estos problemas. Una sensibilidad nueva también por parte de quienes se han acercado con el contexto cambiado, con el cual se confrontaba este movimiento y con la nueva perspectiva tecnológica ofrecida. Una sensibilidad que ha intentado romper, lográndolo a menudo en modo ejemplar, con la vieja idea de una contraposición puramente formal en el campo de la información, la idea de la "contrainformación" que retoma y readapta, como forma de reacción, la mentira de los medios masivos. Y en cambio, liberándose de una subordinación en primer lugar cultural, se llega a percibir, finalmente, la comunicación principalmente como un terreno de confrontación para atravesar y transformar, antes que intentar invadir para luego contentarse con nichos de resistencia. Un terreno para reinventar con un nuevo lenguaje, una nueva percepción del mundo porque si otro mundo es posible tendré que ser parte integrante, y también otra información que intente describirla, que vuelva a penetrar la esencia y la cohesión, protegiendo las diversidades.

Porto Alegre, en el 2002, fue importante, porque con sus seminarios ha producido una confrontación apretada sobre estos temas y, sobre todo, sobre los nudos a desenlazar, con diversos enfoques para resolver el problema de una información finalmente libre y liberada del acorralamiento económico que hoy, como ha dicho Ignacio Ramonet, convierte a las noticias de los diarios en un modo cómodo de vender espacios e inserciones publicitarias.

Un cuadro complicado ulteriormente por los equilibrios internacionales que se están redefiniendo después del 11 de Septiembre, y que sobre todo han verificado en la manera más dramática, una serie de contradicciones que de todos modos este movimiento ya estaba denunciando. Ante esto, el riesgo es que la información, tal como la iniciativa política, se replieguen en los confines nacionales en los cuales se hable de lo "global" solamente en términos de lugares comunes y verdades asimiladas con la mímica. Un riesgo percibido por muchos, para el cual es necesario -ahora más que nunca- reproponer a escala internacional la posibilidad de crear redes estables de comunicación que puedan sostener "otra" sociedad en términos de definición y construcción. En este sentido, en lo relacionado al movimiento italiano que participó en la manifestación en Génova, la cita del Foro Europeo en Florencia será muy importante, hacia mediados de noviembre (www.fse-esf.org) para cotejar abiertamente con todas las realidades continentales que se han manifestado en este ámbito hasta este momento. Los nudos a desenlazar serán muchos, más allá de los diversos enfoques culturales, comenzando por el nunca resuelto de las posibilidades económicas, determinante si se quiere innovar y dar continuidad a esta realidad compuesta. Pero sobre todo, apostando sobre una capacidad social a proteger e incentivar, comprender el desafío que nos impone este tiempo y el irrenunciable enfoque colectivo a la solución de sus problemas. Partiendo de aquellos relacionados a qué comunicación e información queremos darnos, queremos proteger, queremos sostener.

Por una comunicación independiente en el mundo del trabajo: la universalidad de los trabajadores y las dificultades de Sindicato

Mario Agostinelli, investigador de CGIL [Confederazione Generale Italiana di Lavoratori – Confederación General Italiana de Trabajadores]

Actualización de la intervención realizada en el seminario sobre democracia e información en el Foro Social Mundial de Porto Alegre, el 3 de febrero de 2002.

¿Los trabajadores se comunican entre ellos?

La capacidad de aprovechar las oportunidades que la comunicación y las tecnologías de las que ella podía servirse para la potenciación de la participación y a la eficacia de la representación en el mundo del trabajo ha sido siempre una característica de la organización sindical democrática. Las banderas sindicales de fines del siglo XIX, los manifiestos de los primeros decenios del siglo XX, los periódicos de los años 50 y 60, las octavillas de fábrica en los años 70, los eslóganes y carteles de las grandes manifestaciones en los umbrales del nuevo milenario, pertenecen a una generación de los medios aferrada a la prensa del texto y a la amplificación del sonido de la palabra antes que al arribo de la digitalización y de la transmisión de los bits a la velocidad de la luz.

Hoy, frente a una revolución tecnológica y a una evolución de los medios y de la comunicación sobre la cual se apoya la misma globalización, el mundo del trabajo y el movimiento sindical parecen retrasados. Trabajadores invisibles y sin palabra, y un sindicato representado sustancialmente de través su líder, están disminuidos en la escena pública precisamente cuando el trabajo con sus derechos reclaman una función insustituible en la sociedad. Se trata de una cuestión eminentemente política y de primera dimensión, a la cual se presta escasa atención, como si fuera, simplemente, una consecuencia inevitable de los cambios tecnológicos en acto en el mundo de la producción y de la comunicación.

El objeto de las reflexiones subsiguientes, por lo tanto, no es tanto el lugar entre las noticias y en la crónica de las vicisitudes sindicales –que también es relevante y está sometido a los vericuetos del sistema de los medios- como la distorsión de los problemas del trabajo puesta en acto por un sistema de información y comunicación que se construye casi exclusivamente con fuentes exteriores a ese ámbito, quitando la palabra a un sujeto social insustituible constituido por los trabajadores de carne y hueso. Y además, las dificultades para construir y ratificar las decisiones en los lugares de trabajo, desarrollando una democracia basada sobre la representación directa y sostenida por adecuados instrumentos de relación entre los mismos trabajadores.

Sin embargo en el pasado, la emancipación del trabajo iba en paralelo con el acceso a los instrumentos de la información y de la comunicación. Es como si las escuelas de alfabetización de principios del siglo XX, la rápida adquisición en la primera posguerra de las potencialidades del discurso y del texto a través de técnicas artesanales de prensa, la difusión en los años 70 de las octavillas a impresión tipográfica en apoyo de las asambleas y de la conquista del voto que los legitimaba, se hubieran detenido frente a la grandiosa explosión de las técnicas de la imagen y a la extensión de las redes radiotelevisivas y, en tiempo más recientes, ante las informáticas.

Hoy ha finalizado la época de las grandes fábricas y, con ellas, de los líderes locales que en momentos particulares estaban en condiciones de asumir también la iniciativa autónoma dentro del sindicato. La red del proceso productivo y de los servicios que se hizo global ha roto los muros de las empresas y de las oficinas como los habíamos conocidos en el pasado, pero dentro de esta explosiva transformación no se ha logrado trasladar el poder de comunicación entre trabajadores conquistado en el modelo precedente. De hecho, entre el sindicato de los patrones y el de los funcionarios, desde hace tiempo, ya se había debilitado el impulso a la participación y se había empañado ya la expresión de un poder democrático directo, que acompañase la transformación del trabajo y el cambio de su función en la sociedad.

Pero el golpe más duro ha sido dado el de los cambios espaciales y temporales que la globalización ha impuesto a la organización del trabajo, y que han encontrado a las organizaciones sindicales no preparadas y retrasadas en un contexto comunicativo aún taylorista y nacional.

Sin embargo los límites espaciales a la participación democrática en los lugares de trabajo y los temporales de la visibilidad de una información pluralista, pueden ser hoy menos apremiantes que en el pasado, como nos lo demuestra la eficacia comunicativa de Internet para el crecimiento del "movimiento de los movimientos" y las capacidades totalmente innovadoras de contrainformación basadas en las imágenes autoproducidas con cámaras filmadoras y digitales, que han superado a los monopolios televisivos en las grandes manifestaciones de Seattle, Génova, Perugia, Laeken y Porto

Alegre.

El movimiento sindical todavía parece empantanado y sufre la competencia de estos nuevos circuitos de relación democrática horizontal que se contraponen con la estructura vertical y articulada por vías burocráticas y exclusivamente nacionales de sus propios mecanismos de toma de decisiones.

Por ello es necesario discutir a la brevedad en los lugares de trabajo y en el sindicato, y conscientemente llegar a producir y mantener una idea autónoma y actualizada de los trabajadores y de su organización, incluido en el nuevo contexto comunicativo que nos rodea. No es poca cosa. Después de todo, si se excluyen las fases excepcionales de movilización, como ha sucedido en Italia (y en parte en España) a continuación de la formidable iniciativa de la CGIL contra la violación de los derechos, fases en las cuales los trabajadores pueden "participar en una manifestación" en la plaza y "tomar la palabra" literalmente, las principales ocasiones de la comunicación exterior del mundo del trabajo son las entrevistas y la participación en los debates televisivos de los líderes sindicales, con todos los añadidos y las distorsiones que los medios imponen a la función pública de estos, más allá del mérito de los temas tratados. A través de los medios, aún antes de los problemas, de las contradicciones y de los conflictos del trabajo, se impone el debate interno dentro de las organizaciones y las relaciones de las mismas con el mundo exterior de los demás poderes, interpretados instrumentalmente -tanto uno como el otro- como antagonismo entre líderes en competencia directa, que se quieren transmitir al conjunto de los trabajadores y de los jubilados, como si fueran simplemente espectadores que apoyan otra personalización del argumento político-social.

Afortunadamente, este juego interesado puede ser quebrado por la entrada en escena de las manifestaciones de masa, por el desarrollo capilar de las asambleas, por el éxito de las huelgas. Pero no es suficiente para el mundo del trabajo, si este quiere brindar una "narración" de sí mismo no puramente defensiva y en cambio contribuir autónomamente a una transformación de la sociedad en sentido equitativo y solidario, como se declara en las aspiraciones de los movimientos que se dieron cita en Porto Alegre.

Es necesario tomar conciencia que los movimientos como el que está contra la globalización liberal, y con los cuales el mundo del trabajo encuentra cada vez relaciones más frecuentes, están más allá de las modalidades de democracia directa, de búsqueda del consenso no sólo mayoritario y de formas de representación no siempre rigurosas, a veces informales, que no obstante no pueden no tocar y no transformar también al sindicato, su lentitud, su pluralismo restringido, por cuanto se ha establecido anticipadamente en base a acuerdos internos de los grupos directivos. Para el sindicato se trata también de una cultura a alimentar, de apertura para actuar con relación a las diferencias sin atenuar la propia identidad, de recursos a desplazar, de accesos a garantizar, de interactividad y cooperación a reinventar y a codificar en prácticas organizativas democráticas a través las cuales se extiende a todos el derecho de propuesta y no solamente el de ratificación.

Así, también será posible brindar transparencia a la enorme riqueza del sindicato, favorecer la renovación cultural y generacional, evitar para algunos la tentación de retirarse en los propios confines y para otros de sustraerse al deterioro del conflicto social con prácticas neocorporativas, dado que el clima de guerra permanente y de división del mundo impuesto después del 11 de septiembre, podrá influenciar profundamente la evolución de los sindicatos de los países ricos e industrializados.

Una política sindical que, por el contrario, elige a nivel global, además de salario y ocupación, una orientación cualitativa -universalidad de los derechos sociales, trabajo digno, contratación de las transformaciones de la organización del trabajo, lucha al trabajo informal y precario- tiene necesidad de más democracia directa junto a aquella delegada, en plena sintonía con cuanto ha surgido sobre el plano institucional en el debate a puerto Alegre.

Después de todo, precisamente la cuestión de la democracia estuvo en el centro de la interacción entre la FIOM [Federazione Italiana di Operai Metalurgici – Federación Italiana de Obreros Metalúrgicos] primero y la CGIL después, con los movimientos del Foro Social italiano. Una estrategia sindical tan ambiciosa necesita desplegar enormes potencialidades sobre el lado de la participación y de la interacción con los trabajadores en diversas partes del mundo y de alcanzar franjas de población que hoy no pueden acceder a los sedes sindicales físicamente constituidas en el territorio.

Pienso en la función que se podría, inmediatamente, dar en todas las "zonas francas" del mundo donde el trabajo ha sido desestructurado y privado de sus derechos-como en Cavite, perfectamente ilustrado por Naomi Klein, donde se ensamblan zapatos o lencería común, o en Manaus, donde se producen las "Enduro" más sofisticadas de la tierra, o en India, donde se ponen al trabajo niños para amasar ladrillos, o en Nápoles donde el trabajo informal se enlaza con la criminalidad organizada -si

se produjera una comunicación fecunda entre los trabajadores de los dos partes del mundo, separados por normativas, salarios, horarios e irremediamente negados al conocimiento recíproco.

Incluso hasta la relación con los consumidores es parte de la estrategia de un sindicato que se globaliza; sobre la evolución de la red se puede apoyar una geografía social, la de los productores y de los consumidores proyectados hacia un "otro mundo posible", que da vida a la creación colectiva de objetivos, de lenguaje, cultura y hasta tecnología incluyente.

¿Las redes favorecen a los trabajadores?

Es necesario prestar una atención diversa, por una parte, al derecho democrático a la información, hoy doblegado a mercancía e amenazado en su pluralismo por el potente aparato global que la gobierna y, por el otro, al acceso a la comunicación, vinculado por tecnologías propietarias, desatendido por las políticas públicas y sometido a barreras geográficas, censales, de edad, de cultura e instrucción.

Con relación al material preparatorio provisto en las conferencias de Porto Alegre sobre la comunicación, sorprende la forma en la que han sido analizadas muchas de las discriminaciones en acto -las relacionadas con los grupos de base, de la prensa local e independiente, de los pueblos indígenas, de las minorías, de las mujeres- y que nunca se mencione la exclusión que las trabajadoras y los trabajadores son sometidos dentro de los potentes sistemas que regulan el flujo de la producción y la organización del trabajo. Sistemas que pertenecen a las empresas y son proyectados para que los dependientes sean regulados, monitoreados y controlados, pero también privados intencionalmente de su subjetividad y de la "palabra", incluso en forma digital que está canalizada por las tecnologías en uso que recubren todo el planeta como una telaraña.

¿Pero como hacen ellos para comunicarse entre sí, si contemporáneamente están trabajando en diversas partes del mundo, con sueldos diversos, horarios, normativas, incumbencias, y ningún enlace físico pone en relación su acción? Marx y Engels en *El Manifiesto* sugerían a los obreros del siglo XIX utilizar los nuevos sistemas de comunicación ferroviaria realizados para el transporte de sus manufacturas para encontrarse físicamente, hablar, reconocer la condición común y poner en relación sus reivindicaciones que de otra manera serían aisladas y desconocidas.

Desde el inicio de la era industrial los trabajadores fueron un sujeto puesto en comunicación interna por el mismo movimiento de sus productos en formación, los "semielaborados", acompañados en su trayecto por el lenguaje empresarial de la orden y de la disciplina del trabajo, pero también con la precipitación de acciones obreras organizadas contrastantes con esa disciplina: las discusiones con los jefes, las huelgas de sección o de la cadena, las asambleas generales, los comicios y las huelgas generales cuando era necesario. La comunicación autónoma entre trabajadores interactuaba con la producción y circulaba paralelamente a la orden de la empresa. Es más, tanto una como otra se estructuraban en lugares y tiempos coincidentes, como la fábrica, la oficina, el turno común. Y, a la del patrón, se ido contraponiendo una forma de relación comunicativa entre los dependientes, reconocida por contrato y posteriormente por vía legislativa -como en el caso del Estatuto de los Trabajadores- como derechos en tiempo de trabajo (las carteleras empresariales, la posibilidad de circulación en las secciones, los permisos para las reuniones de los delegados, las octavillas y los diarios en el comedor, las asambleas no descontadas, etc.).

¿Dónde ha acabado todo esto en la nueva organización de la producción a escalera global, que mantiene rigurosamente separado el flujo programado de información empresarial (que viaja sobre la red para organizar el trabajo en cadenas separadas, en compartimientos fragmentarios, dispersos, que van desde el proyecto bajo pedido para trabajadores autónomos hasta la ocupación "informal" sin reglas instalada en los territorios más desestructurados) del contacto comunicativo entre personas atomizadas, que no logran más reconstruir según su subjetividad, el ciclo productivo del que forman parte? Reconstrucción que era posible, en cambio y por ejemplo, en las reuniones de los consejos de los delegados en la estructura caracterizada de la cadena taylorista.

Hoy el lenguaje de las redes empresariales produce organización en la esfera laboral, transformando en lenguaje lógico-formal que enhebra actos laborales sin permitir recorrer también un camino de vuelta de críticas, protestas, puntos de vista alternativos de los asalariados.

En la organización mecánica, "muscular" de la producción localizada se comunicaba con la voz y el texto, instrumentos de propiedad de los trabajadores mismos o del sindicato. En la organización de telemática, "fibrosa" de la producción planetaria no es posible para quien trabaja comunicarse de través una red que ni siquiera se puede compartir, porque es propietaria, sin accesos, costosa en su manutención y actualización, proyectada en modo excluyente para tratar a los trabajadores como mercancía en vez de personas.

La empresa ya elabora estructuras intelectuales para capturar y administrar "su" información. Las organizaciones de trabajadores, los sindicatos, ni siquiera se plantearon el problema relacionado con la afirmación de su punto de vista.

Tiene que hacer reflexionar el hecho de que un gobierno cuyo jefe es un hombre de la comunicación -Berlusconi- es el que ha decidido atacar los derechos de libertad, comunicación y representación que fueron sancionados por ley fruto de las luchas del 68 y 69, para dar dignidad de persona también a quien es sujeto a relación de trabajo.

¿Poner en red el mundo del trabajo?

Credo que el comando sobre los procesos de globalización de las redes informático-comunicativas puede influenciar la nueva división internacional del poder y hasta contrastar o favorecer la extensión y la homogenización a nivel planetario de los derechos sociales.

Entonces la cuestión de la comunicación interna de la "clase" de los trabajadores se plantea como cuestión moderna y actual no solamente para el sindicato, sino también para los objetivos del "movimiento de los movimientos". La misma reflexión con que la que está examinando la evolución de la democracia a nivel de las instituciones y de la sociedad más en general, evidentemente se relaciona también con el dar voz y protagonismo al mundo del trabajo. Un mundo en el que más democracia directa significa, por una parte, la construcción de un enlace con el mundo de los consumidores y, por el otro, replantear como centro de las reivindicaciones la organización del trabajo, el horario y el tiempo de vida, la calidad de los productos, el contenido social y la publicidad de los servicios al ciudadano, la relación con la naturaleza, el uso del tiempo libre.

Es el momento de plantear con fuerza la función que una forma de comunicación autónoma puede asumir para los objetivos que se dan conjuntamente el movimiento y las organizaciones de los trabajadores. Es necesario por eso, orientarse a un uso más eficaz de las oportunidades parcialmente explotadas, a la promoción de un uso alternativo de la red, con una consecuente reformulación de los contenidos de los mensajes fuera de los contextos empresariales y comerciales predominantes, a la constitución de portales, grupos de discusión y, más generalmente, grupos de interés con pronunciada orientación social. Y una vez adquirida cierta familiaridad con los instrumentos, pueden surgir solicitudes de reformulación de la red y de las interfaces para tipologías particulares de usuarios, como puede ser para los trabajadores, los jubilados, los desocupados, el precario, a fin de favorecer el acceso.

El desplazamiento del interés hacia la red va acompañado por un contemporáneo debilitamiento de la función de la información televisiva que resulta unidireccional, no interactiva, predispuesta a la espectacularización de la política y a la personalización del conflicto. Y sostenido, en cambio, por un resurgimiento de las ocasiones públicas de intercambio y de contacto, como las manifestaciones, los debates abiertos, las asambleas. Modalidad de relación que, juntamente con la autoproducción de imágenes y a la definición de plataformas, ya han producido importantes resultados en la opinión pública en la batalla que las nuevas generaciones llevan adelante en una carrera contra la globalización liberal.

Ciertamente, se tendrían que conquistar y reconocer nuevas libertades sindicales y nuevas protecciones, para estar al día con los cambios en el trabajo, la fragmentación e inestabilidad que lo caracterizan y para conseguir una posibilidad efectiva de acceso a la red desde todos los lugares de trabajo. La lucha, reitero, que desempeña el mundo del trabajo italiano para la defensa y la extensión del art.18 del Estatuto de los Trabajadores ya se puede considerar parte de este escenario.

Está claro que un proyecto tan innovador no puede ser confiado al mercado. El software a construir y la tecnología a difundir son aspectos determinantes de su calidad democrática: por ello no se acepta la tendencia monopolística que se propone invadir el desarrollo de Internet y, por consiguiente, va asignada una función activa a las instituciones, de través del compromiso de la universidad, de los centros de investigación, de la escuela pública.

Algo parecido, en forma reducida, tuvo lugar a principios de los años 70 con las 150 horas. Hace algunos años, en la CGIL de Lombardía, se ha desarrollado un primer paso en esta dirección, que precisamente ha intentado a través la realización de una red virtual propia de reducir la distancia de espacio y tiempo entre representantes y representados, sin lograr aún impactar significativamente sobre nuevos espacios de democracia directa de los espacios de trabajo.

La red, en definitiva, no es cables y ondas, sino relacionamiento de sociedad: por eso no tiene que ser solamente lugar de interacción empresarial, sino también y sobre todo, punto de encuentro e intercambio del mundo del trabajo visible en sus aspiraciones, en sus derechos, en su naturaleza intrínsecamente cooperativa.

Obviamente, no tenemos que caer en la ilusión de que estar "conectado" e intercambiar información, nos convierta de por sí en más iguales y, finalmente, más libres. Desde posiciones desiguales y discriminadas, la acción crítica y la autonomía de juicio y de propuesta, se conquistan solamente con la lucha. Pero, afortunadamente, la misma no parece faltar en el horizonte del mundo del trabajo y de las nuevas generaciones.

Las manifestaciones paralelas que acompañan ya todas las reuniones de los vértices europeos, de Nizza a Laeken, de Barcelona a Sevilla, representan una articulación entre sindicatos y movimientos antiliberales que va más allá de la coincidencia y el contexto europeos. Son el testimonio de como se puede tomar la palabra, ocupar espacios negados, comunicar -también y precisamente- donde los potentes quieren celebrar virtualmente un gobierno del mundo sin democracia y sin alternativas, porque con la negación del derecho de propuesta para todos se apaga la esencia misma de la libertad individual y de la soberanía popular.

Forum Social Mundial, Porto Alegre, 2002

MediAttac. La autoeducación orientada a la (comunic)ación

Claudio Jampaglia, Attac Italia (www.attac.it, comunicazione@attac.org)

Comprender para actuar

ATTAC está orientada, por objetivos, modelo participativo y estructura en red, para producir comunicación, información, "autoeducación". No es casualidad que su nacimiento en Italia, como en el resto de los 46 países en que existe, haya estado promovida, entre otros, por periodistas, investigadores universitarios, profesores, periódicos y redacciones. ATTAC comprende, razona, discute, propone, actúa. Después, hace "información y comunicación" en el sentido más amplio del término y tiene que plantearse el problema de "como comunicar".

Esencialmente la comunicación de ATTAC está orientada al intercambio interno en primer lugar y a la autoeducación, donde junto con las listas, sitios y grupos de discusión, acompañamos libros (una colección en Feltrinelli y otras iniciativas editoriales), historietas (por ejemplo, para la campaña Tobin Tax con 3 historias originales) y una forma diferente de entender la creatividad ligada a la comunicación política. Con el grupo de Attacchini [fijadores de carteles] (el ala creativa de la comunicación), además de la experiencia de la campaña Tobin con un océano de material producido y difundido, estudiamos las formas de mercadotecnia comercial y propuestas de contra-mercadotecnia que revelen el mensaje y permitan invertirlo. Una especie de homeopatía comunicativa.

La estrategia electrónica

La elección más fácil para una Asociación crónicamente sin dinero, sin "funcionarios", con un nivel de autoorganización que roza el espontaneísmo estacional, es aquella de privilegiar los instrumentos electrónicos. Menos costosos, aparentemente directos y universales, esconden trampas políticas de primer orden.

La primera seguramente es la ilusión de la participación (o de lo que algunos llaman la democracia electrónica), según la cual formar parte de una lista de discusión y escribir algún mensaje a la semana significa militar, participar, hacer política. El segundo problema es la aparente simplicidad de los instrumentos con respecto al cuidado y atención necesaria por la tipología de los instrumentos ofrecidos, su concepción y cultura tecnológica, su versatilidad. Entramos en el debate de cómo son concebidos los instrumentos electrónicos y de qué es fácil equivocarse en su uso.

La tercera complejidad a afrontar son los contenidos. Digámoslo claramente, los "contenidos" una palabra neutra, fría e intencionalmente extraña al lenguaje tradicional de la comunicación, están discretamente ausentes y secundarios en buena parte de la información electrónica del movimiento. Y es cierto que sin los instrumentos de la "infosfera" este movimiento no sería tan global (desmintiendo al movimiento local no-global). Hallamos mucha iniciativa, muchos comentarios, pero la calidad/cantidad de la información y profundización del movimiento siempre se encuentra en dos o tres sitios. A despecho de la gran ocasión y potencialidad que ofrecen los instrumentos electrónicos. Requiere tiempo, ya sea para saber usarlos en manera incluyente y políticamente interesante, ya sea para trabajar sobre los aspectos tecnológicos de la comunicación electrónica (que son aquellos que, después de todo, más faltan).

Como ATTAC, hemos pensado (y estamos todavía intentando realizarlo) privilegiar la profundización. El receptáculo de un dato informativo, su explicación y un cuadro, contexto y tiempo en que viene presentado y razonado. Sin "intelectualismos", proponiendo siempre investigación y sentido. En resumen, hemos imaginado que la telemática puede servirnos en primer lugar para "la autoeducación", para lograr proponer reflexiones que no hallan espacio en otro lugar, incluso por su extensión. La idea que los instrumentos electrónicos tengan que ser ágiles, concisos, con estilo seco (cada tanto balbuceante), pertenece a la lógica del mercado de la tecnología, no del uso social. Cómo hacer para desenmascarar y denunciar los dogmas, las mentiras, el aparato de irracionalidad e injusticia del liberalismo si nos suprimimos posibilidades de lenguaje y tiempos de atención. Para nosotros comunicar significa antes que nada "comprender para actuar", por lo tanto, creemos que también para "comprender" sirvan todos los instrumentos de discusión, publicación y consulta, con sus tiempos.

Nacimos para contar cosas aparentemente difíciles: la relación entre finanzas y globalización, la dictadura de los mercados y la complicidad de los gobiernos, la vinculación entre liberalizaciones e injusticia social. Sin embargo, hemos descubierto que sin tecnicismos y lenguajes "expertos" se puede volver a contar, escribir y discutir de cosas aparentemente difíciles. Siempre pienso a la frase más políticamente descortés que se puede formular sobre los mecanismos de comunicación de

masa. "la gente quiere esto" (con referencia siempre a idioteces miserables y lobotomías publicitarias). Nosotros hemos ofrecido en primer lugar un instrumento de conocimiento difícil y complejo, al menos así dicen los manuales de nuestros tiempos: una revista electrónica larga, totalmente textual y sin oropeles de html (como requiere aquel mínimo de etiqueta en telemática). Se llama Grano de Arena es una publicación quincenal de artículos de investigación, análisis, rarezas que tienen que intentar retomar el hilo de las narraciones que tiene que comenzarse a tejer para descubrir la fuerza y la dirección para transformar este mundo. En julio de 2002, tenemos más de 4.500 abonados en Italia y buena participación (propuestas, respuestas, protestas de casi el 18 % de los abonados en los primeros nueve meses de vida).

Además del Grano de Arena, el sitio www.attac.it y una sección de foro específica acompañan los instrumentos para la comunicación interna en los Comités locales, grupos de estudio y de iniciativa. Listas de discusión, sitios locales (12, que se pueden consultar en: www.local.attac.org Roma, Bolonia, Milán, Turín, Florencia, Brescia, Latina, Frosinone, Trento), boletines de información para simpatizant*s e suscriptor*s. Los instrumentos electrónicos de ATTAC no son propiedad individual, sino colectivos. Las direcciones de correo electrónico, por ejemplo, son alias a los cuales se adscribe más de un usuario para poder administrar una dirección de correo en común según las exigencias del grupo. Pequeños detalles que esconden un razonamiento más importante.

Producir conjuntamente es política

En las tantas formas inteligentes y revolucionarias de plataformas abiertas de publicación, de anulación de la lógica *broadcast* [amplia difusión], de "become the media" [conviértete en medio], etc. Creo que se puede encontrar un sólo punto de debilidad. Gran parte de la actividad y de la participación está realizado (porque sucede así, aunque puede ser diferente) en "soledad". No hablo de los aspectos tecnológicos de construcción e implementación del instrumento, de los cuales depende gran parte de nuestra libertad de comunicar y pensar en el futuro. Sino más bien del modelo de relación que se instaura sobre el contenido. La anulación de la redacción, sin ninguna reproposición de su fórmula, sin ninguna apertura a un receptáculo colectivo de ideas y confrontación en la diversidad y sin jerarquías, amenaza con aplastar muchos proyectos comunicativos como sumatorias de tantos individuos, no comunicantes entre sí. Quizás en sintonía, pero solos frente al "contenido", a la comunicación. Está claro que no es así en las iniciativas y acontecimientos colectivos (de Porto Alegre a Palestina), pero resulta más difícil, fragmentado y sobre todo menos interesante en la cotidianeidad.

Así, creyendo que la política es cotidianeidad y, sobre todo, que "producir conjuntamente es política" hemos realizado un experimento de redacción virtual y abierta, de la cual es parte quienquiera en aquel momento, se discute y se decide conjuntamente algunas preferencias de tema y filones a profundizar. Antes de la publicación discutimos sobre el deseo/necesidad de confrontación de quién escribe, propone o quiere entender. Con algunas reglas "tradicionales": verificación obligatoria de las fuentes (declaradas entre nosotros), revisión de escritura por turnos. Una fórmula que todavía se tiene que experimentar y verificar, que nos sirve por un lado para hacer autoeducación incluso sobre el "periodismo desde abajo", y por el otro, para publicar con continuidad: dos revistas por mes es mucho, si tienen en cuenta que hay en baile al menos 10-12 artículos en lenguas a traducir a cargo del grupo de traducciones (actualmente de 64 participantes en Italia).

La dimensión internacional

20 sitios "nacionales", decenas de publicaciones en papel en todo el mundo, grupos de coordinación de traducciones internacionales (traductores y traductoras). El primer elemento de ATTAC es el aliento internacional. Se escribe, discute, intercambia en muchas lenguas. En principio, era "Le monde diplomatique" (además de Politis y tantos otros periódicos fundadores en Francia de la primera experiencia de ATTAC en 1998) ahora nuestro modo de comunicar va más allá de los instrumentos y la autoridad que nos ofrecen experiencias históricas. Somos una asociación antiliberal y "por otro mundo" (como llamamos otros países al movimiento de los movimientos), que piensa y actúa, global y localmente incluso sobre el plano de la comunicación y de las propuestas políticas.

Es la lógica de la contaminación y del intercambio de ideas, contenidos, profundizaciones. Un ejemplo concreto: el Grano de Arena se publica en cinco lenguas (francés, español, inglés, italiano y alemán en orden de aparición), en total es distribuido a más de 100.000 direcciones de correo electrónico. Los contenidos son seleccionados y sometidos a traducciones en las seis lenguas de todos los participantes, una circulación mundial de materiales y un intercambio continuo de temas, reflexiones, modos de trabajar. Los grupos de comunicación, inevitablemente se convierten en el

termómetro y difusores horizontales de los temas y de la actualidad del movimiento antiliberal. ATTAC no publica solamente material propio (sería el colmo) sino que colabora constantemente con Focus on Global South (centro de análisis del sudeste asiático dirigido por Walden Bello), con Vía Campesina, con Alai (Agencia de Información Independiente de América Latina), con Jobs for Justice (grupo antiliberal estadounidense), con Clacso (Consejo de Ciencias Sociales de América Latina) y muchos otros.

La red de ATTAC intenta, por lo tanto, estrechar vínculos para una red más amplia de cambio y conocimientos. En Porto Alegre ha probado a poner físicamente juntos a algunas de estas redes para seguir conjuntamente el acontecimiento, los seminarios del Foro Social Mundial. Así nació *www.attac.info* un sitio y una plataforma (opensource [código abierto]) a disposición de todos los ATTAC nacionales y locales para seguir los acontecimientos, discutir y pensar temas en manera multilingüe. Un grupo de facilitadores (hackers, traductores y redactores) brindan ayuda para la creación de cualquier sitio interno a Attac-Info que será luego administrado por el grupo de ATTAC que lo propuso. Único vínculo: dimensión internacional de la discusión y del acontecimiento. Un primer modo para multiplicar los instrumentos de conocimiento y difusión, y para poner en grado a todos los comités locales, grupos de estudio u otros de administrar la propia formación e información incluso a escala internacional. En el Foro Social Europeo el inicio del proyecto, para las movilizaciones contra la política de los transportes automotores en el arco alpino (ATTAC Aosta, montañas altas franceses y suizo) y con la campaña contra las privatizaciones del Agcs (Acuerdo General sobre el Comercio de los Servicios) las primeras batallas europeas.

Sherwood Comunicazione

De la comunidad al mainstream, y retorno.

Claudio Calia (www.sherwood.it)

Sherwood Comunicazione, nuestra plataforma comunicativa que comprende radio y web, cubre una serie de contenidos diversos entre sí, que van desde el entretenimiento a la política, entendida como desarrollo de prácticas que pueden expandirse del global a lo local. Nuestro compartir en red, a través del sitio, los servicios de audio del informativo de la radio, el Punto Flash, que sea un modo para informar, que sea sobre todo un canal a través del cual difundir las prácticas políticas que apoyamos como radio. Además nuestros servicios que se pueden bajar, son difundidos por las radios comunitarias en Italia que, de vez en cuando, se interesan por cubrir cierto argumento, amplificando la potencia de las frecuencias de la simple radio local. Para esto, mientras tanto, decimos que lo nuestro no es una comunidad que se limita al uso de los propios instrumentos comunicativos, sino que por el contrario, intenta ampliar la presencia de los propios contenidos en otros medios que de vez en cuando pueden estar implicados en su difusión. Intentamos captar a los potenciales usuarios allá donde están, en el diario que leen, en el radio que escuchan, en el lugar que visitan.

Demos un ejemplo: en el 2000 se incrementaron las acciones de boicot contra los locales de la cadena McDonald's, en correspondencia con la cumbre del Fondo Monetario Internacional y el Banca Mundial en Praga, en la República Checa. Para la difusión de la práctica ha servido, indiscutiblemente, la difusión del mensaje. Nuestra comunicación funciona como un virus: cuando narramos prácticas, nuevos mitos, buscamos obligar a los medios *mainstream* a enviar nuestro mensaje y a atraer a nosotros nuevos potenciales rebeldes que nos entrecruzan, difundimos desobediencias a través de las informaciones. Otro: el ejemplo de diplomacia desde abajo expresado en la Caravana Palestina, del 27 de Marzo al 6 de Abril de 2002, en el cual nuestros redactores de Ramallah y Jerusalem informaban minuto a minuto a través del sitio al mundo entero de todo lo que sucedía, ofreciendo un modo de hacer comunicación en vivo que ha portado al sitio a ser referencia para toda la prensa, tanto que incluso la CNN Italia enviaba a nuestra web para las informaciones en tiempo real. Para la Caravana Palestina sería necesario abrir un capítulo a parte sobre la colaboración entre plataformas comunicativas diferentes, como hemos realizado entonces entre nosotros y los sitios Altremappe, Makaja, Amisnet, Unimondo y muchos otros. Si es verdad que nosotros somos expresión de una comunidad fuertemente local, es también verdad que el trabajo sincrónico con otros de las mismas características permite una multiplicación de potencia del proceso informativo de cada uno. Se confrontan experiencias, tecnología, costumbres, nacidas y desarrolladas en lugares y por personas diversas que vienen intercambiadas, asumidas, recombinadas por cada cual.

Sherwood.it es un portal multimedia que se ocupa de múltiples contenidos. Nuestros usuarios son diversos por edad, modos de vida e intereses. Logramos ponerlos en red con nosotros y entre ellos ofreciendo una gama de respuestas para los diversos intereses, sociales y/o culturales, de los usuarios que nos visitan. Además del programa de radio en vivo vía web, los servicios de audio y las mejores entrevistas cotidianamente son puestos a disposición en los diversos sectores temáticos del portal.

Nuestra ambición es nada más ni nada menos que ser un portal competitivo por número de accesos con los portales comerciales. La radio es un instrumento importante para este objetivo. La suerte de Internet, ya está claro, depende tanto de cuanto puede estar bien hecho tu lugar pero sobre todo de cuanto saldrá bien a atraer la atención de quién no sabe ni que existes. Para encontrar el usuario online, los métodos son muchos, uno de los principales, el cuidado de la visibilidad en los motores de búsqueda, que tenemos muy en cuenta, el aparecer como enlace sobre un gran número de sitios, y por nuestra misma naturaleza éste no es difícil que suceda en sitios que tratan argumentos totalmente diferentes entre sí, partiendo de los de las bandas locales hasta las agencias de prensa, de otros lugares "de movimiento" a pedidos de informes parlamentarios de AN [Alleanza Nazionale – Alianza Nacional] respecto de nosotros. La relación entre radio y sitio web es de continuo intercambio, la radio suministra al sitio contenidos, como el sitio abastece a la radio. Otra sección particular del sitio es Sherwood Tribune [tribunas], weblog en phpnuke abierto a la colaboración de los usuarios. Es una parte muy notable del sitio, el más frenéticamente actualizado. Se conforma con la contribución de los lectores que indican y envían las noticias que retienen interesantes para el público del sitio, desde el comunicado de la asociación a la cita para la noche. Luego nos reservamos poder señalar en la página principal y vía éter las contribuciones más interesantes, que procediendo de toda Italia amplían nuestra perspectiva informativa. En seis meses de experimentación con

phpnuke nos encontramos con una comunidad de mil usuarios que se conoce y prolifera a través del sistema de mensajería interna en modo ya totalmente independiente de nosotros.

Aparte de la conveniente contribución de los demás medios, una de las condiciones fundamentales para existir en web es explotar plenamente las tecnologías multimedia y los contenidos que se tienen a disposición. No olvidando las raíces profundamente antagonistas de nuestra radio, gran parte de nuestro sitio y de nuestra programación diaria es dedicada a la transmisión musical, al entretenimiento.

Algunos nombres como tío Willy, tío Fulvio, Barbaluca, Ivan Grozny, Stefano y Francesco no dirán mucho a los usuarios de nuestro lugar de otra localidad, pero para el público de Venecia son puntos de referencia en los gustos y en la difusión musical, cultural, de opinión. La mayor parte de la programación radiofónica ciertamente no puede permanecer excluida del sitio, por lo tanto en la dirección www.sherwood.it/sherwoodmusic es posible entrar en el sector musical de radio Sherwood, de la audiencia más territorial. En este espacio es posible conversar por chat con nuestro diskjockey durante las transmisiones -eventos soportados por anuncios radiofónicos adecuados, dejar mensajes en las variadas categorías del foro, permitiendo al oyente hacer información e interactuar directamente con las frecuencias radiofónicas. Aunque esto se reduce frecuentemente a la solicitud de una canción específica, otras veces produce una relación de colaboración directa. Por ejemplo, el único espacio dedicado en forma fija al cine en el sitio está completamente hecho por los oyentes y por los diskjockeys que poco a poco deciden moderar o contribuir. Así como las reseñas de los libros y de los CD. Nuestro libro de visitas es punto de referencia para una comunidad tupida, pero que gracias a la heterogeneidad de los argumentos que trata permite el encuentro entre culturas y edades diferentes. Aún más intuitivo que phpnuke, los foros del Reset (que es el nombre de la transmisión musical que acompaña el día de radio Sherwood con la alternancia de varios diskjockeys) permiten al usuario tener una relación mucho más directa con nosotros que trámite un simple SMS.

Dando luego a los usuarios la posibilidad de conocerse a través de los medios más dispares y para los intereses más particulares (del cine a las historietas, y para las citas para ir a un concierto), poniéndolos de todos modos a confrontación crítica con los demás contenidos, se favorece la formación de comunidades reales, no tan sólo virtuales hechas por el medio. Nuestros oyentes se conocen a través del foro o el chat, se dan citas, incluso para el Sherwood festival durante el verano o en un centro social en el invierno. Hacen sociedad entre ellos, se atraviesan y así haciendo construyen, caminando, el otro mundo posible que es el fin del nuestro hacer comunicación.

8. Mediawatch. Los perros guardianes de la información

FAIR, deconstruir el Medio y el Mensaje.

Entrevista con Janine Jackson

Stephen Marshall (www.guerrillanews.com)

Janine Jackson es la coordinadora de FAIR y conduce *Counterspin*, un programa radiofónico semanal, transmitido en más de 125 estaciones en Los EE.UU. y en Canadá.

Stephen Marshall: ¿Para quien no conoce FAIR, puedes explicar brevemente qué es y describir las principales características?

Janine Jackson: FAIR (www.fair.org) es un grupo que trabaja como observatorio sobre los medios. Es la abreviatura de "*fairness and accuracy in reporting*" (honestidad y precisión en el periodismo), y sustancialmente, examinamos los medios de comunicación *mainstream* [amplia difusión], intentando entender a quienes se da espacio, cuáles posiciones están consideradas, cuál vienen dejadas afuera. Nos ocupamos también de la influencia que los colosos privados de la información ejercitan sobre la emisión de las noticias y cuanto inciden los auspiciantes sobre el contenido de las informaciones que leemos y oímos. También publicamos la revista Extra!, tenemos un espacio en radio *Counterspin* y estamos presentes en la red con un sitio y un servicio de lista de distribución.

S. M.: Los criterios "honestidad" y "precisión" son básicos en vuestro análisis crítico sobre la cobertura y sobre la calidad de la información. ¿Puede explicarnos más precisamente qué se entiende con estos dos conceptos y cómo los aplican en vuestro análisis de los medios de comunicación?

J. J.: Uno de los motivos por los que usamos los términos "honestidad" y "precisión" es que queremos superar la idea de "objetividad" del periodismo que ha imperado en nuestro país durante muchos años. La convicción de que los periodistas no tienen ningún punto de vista o que las noticias que recibimos son neutrales, en nuestra opinión no sólo es falsa, sino también peligrosa. He aquí porque no hacemos apelación a la "neutralidad" o a la "objetividad", pero hablamos de "honestidad" y "precisión". Qué entendemos por precisión está claro. Las reglas fundamentales del periodismo prescriben no dejar nunca de hacer una verificación de los hechos y no informar simples rumores como si fueran noticias. El concepto de "honestidad" es tal vez ligeramente más ambiguo: nosotros creemos que los periodistas son responsable de ser honestos, no sólo respecto a los temas que tratan, sino también en relación con las partes que ciertos argumentos llaman en causa. No pueden hablar desde una sola perspectiva.

S. M.: Actualmente, tanto los medios masivos, como el gobierno parecen más sensibles al modo en que las noticias presentan y cubren los acontecimientos. ¿Esto influyó sobre los criterios que utilizan?

J. J.: Los criterios que usamos no cambian con el país en guerra o involucrado en una acción militar. En realidad, precisamente en la actualidad se necesita un periodismo crítico e independiente (www.alternet.org) y que estos criterios sean más eficaces que nunca. La idea que circula en ese momento es que es "anti-patriótico" para un periodista asumir una posición crítica e independiente, pero yo creo que nada está más lejano de la verdad. Estoy convencida de que el público americano desea ser informado sobre lo que sucede, que quiere saber cuál función desenrolla los EE.UU. en Afganistán, qué compromisos se asumieron y cuáles son las posibles consecuencias de las diversas elecciones que se pueden hacer. No es "anti-patriótico" informar a las personas en períodos como éste, es una idea estúpida y, en realidad, afrontar temas candentes, que se relacionan con quien está al poder, es la mejor cosa que un periodista puede hacer para el propio país.

S. M.: Recuerda mucho a las palabras de Fulbright, cuando afirmaba que el más grande honor que se puede brindar al propio país es criticarlo. Uno de los temas que FAIR ha afrontado frecuentemente es la relación cada vez más estrecha que trenza los intereses de los privados a aquellos de gobierno. Teniendo presente este aspecto, es razonable suponer que procede del gobierno la idea que es "anti-patriótico" poner en discusión las decisiones militares, que bajan del

alto, y que los periodistas no han otra elección que reproducir el contenido de los comunicados del Pentágono (www.defenselink.mil/news/releases.html). ¿Cómo se obtiene esta subordinación de los periodistas a las decisiones del gobierno?

J. J.: La verdad es que en nuestro país, donde los medios son propiedad de corporaciones e influenciados por ellas, las empresas de comunicación forman parte de un negocio ligado a los intereses de gobierno. Forman un conjunto con tales intereses y no pueden dar verdadera expresión al disenso. Son empresas colosales, que han invertido dinero en el actual *status quo* socio-económico tanto como la administración de gobierno, no hay ningún conflicto en este sentido. El problema se plantea para los periodistas que de veras quieren informar en modo crítico e independiente sobre el proceder del gobierno y de las corporaciones: para ellos existe el conflicto y sobre ellos se ejercita la presión. Por ejemplo, una emisora televisiva de Baltimore, Wbff (www.foxbaltimore.com), busca periodistas prestos a leer declaraciones en sostén de Bush y de su campaña anti-terrorismo durante las transmisiones. Esto es abierta manipulación. Mi temor no es que a los periodistas venga impuesto hablar bien de Bush, de su administración y de las eventuales acciones militares que emprenderán. Mi temor es que no se necesite la imposición.

S. M.: Las redes de TV hoy se convirtieron en una realidad absolutamente monolítica, han dejado de competir, uniéndose entre ellas en un único órgano filo-gubernativo. Dicho esto, ¿como se pueden juzgar hoy? ¿Cuáles criterios puede usar la gente para analizar en manera crítica y autónoma, el modo en el que una red presenta la información? ¿Qué instrumentos tenemos a disposición para resquebrajar un sistema que ofrece poco más que campaña de propaganda?

J.J.: Mirando los telediarios televisivos o leyendo los diarios la gente se pregunta: ¿a quién estoy escuchando? ¿quién es que está hablando? Es común que en los telediarios se sucedan en la palabra, uno después de otro, un oficial militar en pensión, o a representantes del gobierno, que sustancialmente dicen la misma cosa, canalizando la opinión en favor de la guerra. Hablan solamente de las diversas opciones militares, nunca de otra posibilidad. Tomemos por ejemplo los diarios y preguntémosnos: ¿quién es que habla? ¿se brinda espacio a los pacifistas?, ¿estoy leyendo la opinión de un historiador que conoce el área o la función de los EE.UU. en Asia Central en los últimos diez años? Probemos a pensar en a qué voces se brinda espacio y a cuáles no, creo que es la cosa más importante que podemos hacer. No podemos confiarnos en los medios de información. No quiero disuadir a las personas de leer los diarios, pero con los tiempos que corren, donde los medios han asumido posiciones unívocas y todos dicen la misma cosa, es necesario recurrir a otras fuentes de información, donde estén presentes noticias no mediatizadas.

S. M.: Sé que vosotros estáis particularmente encima a los más notables editorialistas y expertos de talk show de la información de mainstream. ¿Puedes dar algún ejemplo de posiciones u opiniones que vosotros observáis y que no pueden precisamente definirse honestas o precisos? Tal vez puede ayudarnos a deconstruir los mensajes que están detrás del mensaje...

J. J.: No es fácil exagerar los tonos belicosos de los discursos de alguno expertos y comentaristas. Nosotros de FAIR hemos seleccionado algunas intervenciones, algo increíble. Ann Coulter, periodista de una agencia de prensa y famosa experta televisiva ha dicho: "No es el momento de ponernos a individualizar con precisión las personas directamente implicados en estos precisos atentados. Tenemos que invadir sus países, matar a sus jefes, y convertirlos al cristianismo". Es grotesco, y sin embargo pasa por una opinión allá fuera, y te digo más: la coherencia no es una gran preocupación para cierta gente. Mark Helprin, colaborador del *Wall Street Journal* escribía una columna en la que se refería al hecho que los Estados Unidos hubiera reducido Tokyo y Berlín a "escombros" -son sus palabras- y continuaba diciendo que quien había atacado a los EE.UU. no era "bastante evolucionado desde el punto de vista moral de entender la diferencia entre civil y combatiente" . Este no es sólo un mensaje brutal, sino también incoherente, porque significa que esta gente ha matado civiles inocentes y por ello es malvado y, dado que es malvado, para castigarlo nosotros estamos autorizados a matar civiles inocentes. Es de veras peligroso hoy, no solamente fomentar la guerra de este modo, sino también mostrar así abiertamente la falta total de lógica. No nos sirve otra confusión en este punto... En un artículo para el *Daily News*, el ex director del *New York Times*, A. M. Rosenthal, se ha declarado sustancialmente en favor de los crímenes de guerra, escribiendo: "Tendríamos que dar el ultimátum a los gobiernos de Afganistán, Irak, Irán, Libia, Siria, Sudán, y a cualquier otro que haya obrado para la destrucción de los EE.UU. o para difundir el odio contra

ellos". Luego continúa diciendo que a todos estos países tienen que ser dados tres días para entregar las informaciones sobre las propias armas de destrucción de masa. Como ves, es puro locura la que está circulando en los medios de información. Y es enorme, inmensamente irresponsable.

S. M.: Para mucha gente los medios masivos son un instrumento que permite alcanzar indirectamente y conocer lo que sucede en el mundo, o al menos espera que sea así. Sin embargo, parece que, a pesar de la cobertura global de los acontecimientos mundiales a través de Internet y otros canales mediáticos, el público americano se ha desconectado de la política exterior del propio país, y el vacío de información entre lo que sucede y porqué, la separación del mundo exterior y la falta de análisis sobre las causas son consecuencias evidentes, tanto que ha engendrado un profundo sentido de rabia para lo que los EE.UU. cometen fuera de sus confines. ¿Es verdad que los medios han, en un cierto sentido, hecho replegar a Norteamérica sobre sí misma al punto que los ciudadanos estadounidenses no logran elaborar racionalmente lo que sucede sobre la escena mundial?

J. J.: Los medios masivos son responsables de este abismo. Pero creo que el problema va más allá de la falta de información. El ex secretario de Estado Lawrence Eagleburger ha afirmado delante las telecámaras de la CNN: "Hay un solo modo para tratar con esta gente: es necesario matar a alguien de ellos, aunque no esté directamente implicado en este asunto". Los medios son responsables de hacer pasar estos comentarios, y por esto tienen que ser acusados. Ves, en la discusión sobre el porqué nos odian tanto, sobre cuáles son las raíces del anti-americanismo en el mundo, pienso que lo mínimo que los medios masivos tienen que hacer es subrayar que algunas de las denominadas opciones políticas propuestas por representantes y expertos del gobierno equivalen a violaciones del derecho internacional, y por lo tanto, son los delitos. Son precisamente estas discusiones en las cuales, inevitablemente, siempre se habla, ciegamente de crímenes de guerra, para molestar a los demás países. La información *mainstream* tiene además una enorme responsabilidad, basta pensar en Afganistán y en cómo la historia de este país ha quedado bajo un manto de silencio. Los medios de comunicación *mainstream* no informan correctamente sobre el hecho que los EE.UU. han instruido y apoyado a Osama bin Laden y a los talibanes, ni sobre la función de los EE.UU. en Asia Central y en Afganistán. Esta información no llega, y es imposible para un normal ciudadano norteamericano entender porqué otras personas en el mundo pueden odiar tanto al gobierno de los EE.UU. Estoy absolutamente convencida que los medios son culpables de acentuar el abismo entre los ciudadanos americanos y lo que está sucediendo en el resto del mundo.

S. M.: Permíteme una digresión. ¿La separación que la que se habla es sistemáticamente una ventaja para la administración de gobierno, políticamente hablando? ¿Está en el interés de quién planifica y pone en práctica la política exterior norteamericana tener a la opinión pública mal informada sobre la imagen que los EE.UU. están proyectando sobre sí mismo en el mundo?

J. J.: No es excesivo decir que esta situación favorece a un gobierno determinado para que pueda actuar políticas que serían muy impopulares, si la gente se enterase. Un opinión pública generalmente mal informada o sub-informada es también pasiva, y esto seguramente es una ventaja para quien está al poder. Sin ninguna duda, si la gente supiera que es lo que viene y lo que ya ha sido hecho en el mundo en nuestro nombre, estaría mucho más enfadada y saldría mucho más frecuentemente a la calle de lo que los hace ahora. Pero esto no está entre los intereses del gobierno. Los medios preponderantemente hacen publicidad, a ellos no conviene ciertamente difundir información crítica, que no hace permanecer a la gente en el sillón, puesto que la haría enfadarse seriamente. Es lo que es necesario hoy, pero no pueden buscarlo en la información *mainstream*.

S. M.: Me viene a la mente un servicio desde Vietnam que transmitían algunas de las personas consideradas hoy piedras fundamentales de la información *mainstream*, el equipo de *60 minutes*, aquellas eran personas que estaban en el campo y que hacían información en modo valiente. Se puede decir que aquella dosis nocturna de imágenes ha llevado la gente a la calle, lo que la ha inducido a actuar. Quizás me equivoco, pero esa información parecía, en un cierto sentido, indispensable para el movimiento de protesta de entonces. Dicho esto, el escenario de hoy aparece decididamente diverso: los medios no son más una entidad autónoma e independiente, han sido totalmente privatizados, y hasta hechos propiedad de compañías como la GE [General Electric], que

en pasado se ha enriquecido con la guerra. Quisiera preguntarte si la guerra favorece los intereses de las corporaciones, y si es así, piensas que esto sea la base del modo en que hacen información? ¿Cómo establecen el modo de presentar las noticias?

J. J.: Cada vez que nos hallamos frente a una situación como la actual nos tenemos que preguntar no solamente quien dirige todo esto, sino también quién saca ventaja. Ciertamente, algunas empresas sacan provecho directamente de la entrada en guerra del país -abastecedores del ministerio de la defensa, armadores (www.fas.org), etc.- y tenemos que estar atentos a las relaciones entre estas empresas y las que distribuyen información (www.geae.com). Pero hay un proceso más amplio en curso, por el cual las corporaciones en Norteamérica pueden aprovecharse de muchos modos con una economía fuertemente militarizada aunque el país no esté en guerra, porque el gobierno canalizará hacia la guerra los fondos destinados a otros sectores económicos. Y los políticos ponen ya las manos delante y dicen cosas como: "no estaremos en condiciones de invertir dinero mucho en lo social, porque tendremos que destinar los fondos al gasto militar, a la seguridad y cosas del estilo". He aquí, las empresas norteamericanas, sobre todo las grandes multinacionales, se enriquecen con la guerra simplemente porque ella desplaza la coyuntura económica a posiciones más ventajosas para ellas. No significa necesariamente que quieren la entrada en guerra, pero son factores que tenemos que tener presentes.

S. M.: Ciertamente, precisamente es difícil mirar televisión o pasear en cualquier ciudad norteamericana sin percibir el fuerte sentimiento de nacionalismo de un país sólidamente unido en un momento de conflicto. Pero las divisiones son todavía tantas y profundas, y entonces te pregunto: ¿este nacionalismo es una cosa artificial, es el fruto del celo propagandístico de los medios? Si es así, ¿puedes hablarnos de esta propaganda y de las formas que asume?

J. J.: Es necesario hacer distinciones. Credo que, sobre todo aquí en New York, la solidaridad humana, de persona a persona, no es necesariamente se identifica detrás de una bandera. Las banderas y las imágenes nacionalistas expresan una parte de este sentimiento, pero las personas han recuperado verdaderamente un sentido de proximidad después de haber compartido un gran dolor. Yo lo veo como una cosa positiva, es difícil no considerarla positiva, y sé que, desde lejos, puede parecer nacionalismo. Sin embargo, se está difundiendo también un lanzamiento nacionalista propiamente dicho, pero tengo que decir que esto no se ve por la calle, sino más bien en televisión. No he visto a mucha gente decir: "mántenles a todos y dejad que sea Dios a castigarlos", pero en realidad, la actitud dogmática de cubrirse la cabeza con la bandera a estrellas y barras procede solamente de los medios masivos, no de las personas que encuentres por la calle. Nosotros reflexionamos sobre la diferencia entre propaganda y pensamiento crítico, dos polos opuestos. La propaganda está hecha para cortocircuitar el pensamiento crítico, para hacer creer a la gente que está valorando en manera autónoma cuando en realidad no es así, y de este modo hace pasar el mensaje. He aquí porque las imágenes son tan importantes: no piden reflexión, mientras que pensar en manera crítica significa valorar posibles alternativas, hacer elecciones y moverse también sobre el terreno de la ambigüedad. La propaganda puesta en acto por los medios masivos presenta en cambio solamente certezas, no considera las posibles elecciones y está privada de cualquier ambigüedad. Se puede decir que ella es una reacción a la incómoda naturaleza de la ambigüedad. Es fuerte la discrepancia entre las discusiones que oyen entre las personas y los tonos usados por los medios masivos en el afrontar los mismos temas. Estoy convencida que el público norteamericano está en condiciones de discutir sobre posibles reacciones al terrorismo que no sean una guerra contra civiles inocentes. Creo que esta discusión tendrá lugar por fuera, alrededor de, y a pesar de las informaciones de los medios.

S. M.: ¿Nos puedes decir cómo, en el mundo ideal, las redes tendrían que transmitir las noticias sobre esta guerra y sobre cuáles fuentes de información la gente puede confiar?

J. J.: Lo que los periodistas pueden hacer hoy es dar espacio a personas de otros países, a algunos historiadores por ejemplo, de los cuales podamos entender un poco mejor lo que sucede en aquella región. No hacer hablar solamente a expertos militares, sino también "expertos de paz", para decirnos cuáles decisiones son posibles. Se siente tanto enojo, tanto miedo y circula un gran sentido de impotencia: la contribución positiva de los medios tendría que ser la de proveer información, y hacerlo en un modo de que resulte claro que lo que queremos son decisiones conscientes para el futuro.

S. M.: Decir lo que no tienen que hacer es golpear siempre sobre el mismo clavo.

J. J.: Las personas tendrían que estar atentas, especialmente en estos momentos, para tener a disposición una serie de fuentes de información, no sintonizar sobre un canal y dejarlo encendido todo el día. Hay programas mejores y peores, y por eso es necesario tomar un poco de uno y un poco del otro, diversificar las fuentes de información. Luego tengo que recomendar la frecuencia a los medios independientes, la red es un lugar donde se puede tener acceso a las noticias de último momento. Hay que probar... tal vez en algún país las emisoras públicas (www.tvradioworld.com) hacen su trabajo mejor de aquellas privadas. No es igual en todas partes pero, generalmente, no se puede confiar en ninguna cadena. Ha llegado el momento en el que tenemos que informarnos en modo independiente como ciudadanos, y de ir a tomar las informaciones de una serie de fuentes: independientes, mainstream, no mediáticas. Lo que se puede hacer con los medios en este preciso momento es ignorarlos: si por ejemplo te están diciendo que en tu país no hay algún movimiento pacifista, tienes que bajar a calle y mirar con tus ojos.

El equipo del mediactivista.

Cómo descubrir la desinformación en los medios

FAIR (www.fair.org/activism)

Los medios de comunicación detentan el enorme poder de delinear las coordenadas culturales y dar forma al discurso político. Es fundamental que a los medios de información, en paralelo junto a otras instituciones, se les exija que sean honestos y precisos. El primer paso en la lucha contra la información deformada es documentar las distorsiones. He aquí algunas preguntas que nos debemos plantear leyendo los diarios, mirando la televisión o escuchando la radio.

¿Cuáles son las fuentes?

Es necesario ser conscientes de la perspectiva política de las fuentes de una noticia. Los medios confían demasiado en las fuentes "oficiales" (gobierno, grandes empresas, organismos de opinión del establishment). Por ejemplo, FAIR ha notado que, en 40 meses de programación, los huéspedes más asiduos que *Nightline* ha tenido son Henry Kissinger, Alexander Haig, Elliott Abrams y Jerry Falwell. Las posiciones progresistas fueron duramente criticadas. Para que la exposición de los argumentos sea honesta y precisa, los medios tienen que ampliar el espectro de sus fuentes, de otro modo servirán solamente como amplificadores de las posiciones de quienes están en el poder.

Confrontar el número de fuentes del gobierno con el de las voces que provienen del área progresista, de las mujeres y de las minorías. Pretender que los medios amplíen el espectro de sus propias fuentes, y, mucho mejor, suministrarles nombres de expertos progresistas de la comunidad.

¿Falta heterogeneidad?

¿Dónde está la diversidad racial y de género en los canales de información, respecto a la que se da en las comunidades donde ellos circulan? ¿Cuántos productores o editores, o cuántos de los que ocupan posiciones importantes en los canales de información, son mujeres, personas de color, o abiertamente homosexuales? Para poder representar honestamente la heterogeneidad presente dentro de la comunidad, los canales de información tendrían que incorporar a miembros de las minorías en las posiciones importantes. ¿Cuántos, de los expertos interpelados de los programas de información, son mujeres o personas de color? En 40 meses de observación de "*Nightline*", FAIR ha calculado que el 92% de los huéspedes eran blancos, y el 89% de los cuáles eran hombres.

Pretender que los medios reflejen la diversidad de su público. Telefonar o escribir a los medios cada de vez que se ve a un grupo de expertos conformado exclusivamente por hombres o exclusivamente por blancos y que discuten los problemas de las mujeres o de las personas de color.

¿Desde qué perspectiva se canalizan las noticias?

Las noticias políticas frecuentemente se relacionan más con los políticos o los directores de empresas que con las personas o categorías directamente golpeadas por los problemas que tratan. Por ejemplo, sobre el tema del aborto hemos visto frecuentemente políticos hombres discutir sobre la "difícil decisión", sin tener nunca la posibilidad de escuchar la voz de las mujeres menores de 18 años, que son las afectadas directamente en la discusión. Las noticias económicas se ocupan normalmente de los efectos de los acontecimientos para los accionistas en vez de los efectos para los trabajadores o los consumidores.

Pretender que los involucrados directamente por los argumentos tratados puedan hacer oír su propia voz.

¿Se utilizan pesos y medidas diversas?

En los medios hay personas o grupos a los cuales se reserva un trato particular respecto a otros. Los jóvenes de color que cometen delitos están definidos como "súper delincuentes", mientras que los criminales adultos de cuello blanco a menudo son descritos como personas trágicamente extraviadas. El área de pensamiento que en parte está financiada por los sindicatos a menudo viene definida como "sostenida por la clase obrera", mientras la gruesamente subvencionada por los grandes intereses financieros, en general, nunca es descrito como "apoyada por las corporaciones".

Desenmascarar las deformaciones en los juicios, brindando ejemplos o citando las mismas noticias reportadas en forma diferente.

¿Los estereotipos alteran las informaciones?

Las noticias sobre el consumo de drogas se refieren casi exclusivamente a los afro-americanos, aunque la gran mayoría de quienes hacen uso de drogas es blanca. Cuando se habla de asistencia social para las mujeres, se refieren preponderantemente a las mujeres de afro-americanas, no obstante la gran mayoría de quienes reciben asistencia social está constituida por mujeres no de color. Las lesbianas son descritas como mujeres que "odian a los hombres", y los gay como "maníacos sexuales", aunque hay 100 veces mayores probabilidades que un niño sea molestado en el ámbito familiar antes que por un extraño hombre "homosexual" ("Denver Post", 28/9/92).

Demostrar a los periodistas los efectos de los falsos juicios alimentados por los estereotipos y cómo estos puede marcar a los individuos injustamente.

¿Cuáles son los mensajes sobrentendidos?

Frecuentemente el verdadero mensaje canalizado por una noticia no es hecho en forma explícita. Por ejemplo, respecto a la asistencia social para las mujeres, se informa a cuál edad una mujer ha tenido su primero hijo, deslizándose implícitamente que es la "promiscuidad" sexual de la mujer, y no los factores económicos los que han determinado su situación. Las noticias sobre los procesos por estupro se concentran sobre la historia sexual de la víctima, para poner en discusión su credibilidad. Después del arresto de William Kennedy Smith, un artículo del "New York Times" (17/4/91) citaba una serie de detalles personales absolutamente irrelevantes sobre la acusadora, como el hecho que faltaba engañosamente a la escuela, que había recibido multas por exceso de velocidad y especificaba, además, cuando había tenido citas con otros hombres.

Protestar siempre contra el mensaje implícito. Frecuentemente revelarlo demuestra su absurdo. La mayor parte de los periodistas no dirá nunca abiertamente que una mujer merecía ser violentada por la manera en que estaba vestida.

¿El lenguaje es de parte?

Cuando los medios adoptan una terminología facciosa, contribuyen a formar opinión pública. Por ejemplo, hoy, para referirse a los programas contra las discriminaciones, se usa una expresión de moda en la derecha: "preferencia racial". Las encuestas demuestran que ésta elección provoca enormes diferencias sobre cómo es percibido el problema: una encuesta de Louis Harris de 1992 por ejemplo, demostró que el 70% de los entrevistados se declaraba favorable a los "programas contra las discriminaciones", mientras que sólo el 46% se proclamaba en favor de los "programas de preferencia racial".

Demostrar que el lenguaje usado brinda a las personas una visión incorrecta de los problemas.

¿Falta el contexto?

Las noticias sobre el denominado "racismo al contrario" normalmente no mencionan los factores políticos que engendran los prejuicios, como las desigualdades económicas y el racismo por parte de las instituciones. Las noticias que dan cuenta de los discursos contra los gay o las lesbianas normalmente no mencionan los cada vez más frecuentes actos de violencia contra los homosexuales, y de cómo ambos están asociados.

Brindar siempre el contexto. Comunicarse con los periodistas o escribir al editor, pretendiendo que se incluya la información importante.

¿Los titulares corresponden a las noticias de los artículos?

Frecuentemente los titulares están escritos por los periodistas. Partiendo que la gente normalmente mira sólo los titulares, si estos son engañosos su efecto es determinante. Un caso clásico: en un artículo del "New York Times" sobre la cumbre EE.UU.-URSS en Moscú en 1988, se reproducía una frase de Margaret Thatcher que dijo: "pobrecillo, no tiene nada entre las orejas", mientras que el "New York Times" tituló el artículo: "La Thatcher rinde honor a los años de Reagan".

Telefonar o escribir al diario para marcar las contradicciones.

¿Se brinda un espacio relevante a las noticias importantes?

Observemos dónde aparecen las noticias. La mayor influencia sobre la opinión pública la tienen los artículos de los diarios que salen sobre las páginas más vistas (la primero y la página del editorial) y las noticias principales de los telediarios televisivos y radiofónicos.

Cuando se refieran a un representante del gobierno implicado en actividades que violan los artículos de la constitución, llamar al diario para mostrar desaprobación. Hace saber al diario

cuán importante es un cierto problema para nosotros y exigir que a las noticias de peso se garantice un espacio consistente.

Media Watch International

Foro Social Mundial (www.forumsocialmundial.org.br)

Un grupo de periodistas y académicos que se reunieron en el Foro Social Mundial, han decidido crear una organización mundial para vigilar la actividad de los medios como garantía del buen funcionamiento de la democracia, llamada Media Watch International. En el acto de su nacimiento han participado periodistas, activistas del movimiento, ambientalistas, profesores universitarios, expertos en comunicación, activistas de los derechos humanos, intelectuales. A partir de la organización principal, surgieron inmediatamente la Media Watch Brasil y la Media Watch Venezuela. Según Cohen, del Fair Medio Accuracy Organization, la Media Watch será un organismo de coordinación entre organizaciones no-gubernamentales, centros universitarios y asociaciones periodísticas. "Este movimiento tiene que trabajar con periodistas de la gran prensa que están sensibilizados y resistirán a la censura de los grandes grupos económicos" afirma. Lo que Ramonet ha llamado "la ecología de una información intoxicada y contaminada".

Nosotros, participantes del II Foro Social Mundial de Porto Alegre y firmantes de este documento, convocamos a los ciudadanos y los representantes de la sociedad civil de todo el mundo a asociarse en una red internacional capaz de permitir a los ciudadanos monitorear a los medios de comunicación y luchar por un periodismo ético a nivel local, nacional e internacional. La información completa y responsable es esencial para el buen funcionamiento de la democracia. En una era de reestructuración global de los medios de comunicación, de amplitud sin precedentes, con la propiedad de los medios concentrada en pocas manos, la presencia de un periodismo ético es un elemento primario.

La red de organizaciones que pensamos crear será de naturaleza global, pero podrá variar de país en país, siendo constituida por organismos no gubernamentales de ciudadanos, académicos, profesionales o asociaciones de periodistas. Los organismos afiliados examinarán las noticias, señalando distorsiones de la ética y de la verdad, serán contrarios a la censura y no usarán métodos que pueden perjudicar o restringir la libertad de información.

Estos organismos se coordinarán con los periodistas que trabajan en organizaciones hostiles a una información independiente y que muchas veces hacen presión para distorsionar o censurar las noticias, obrando en manera contraria a cualquier ética solamente para provecho de las propias publicaciones periodísticas o publicitarias. Se brindará una especial atención a la protección de las minorías raciales, étnicas y nacional, a las personas que sufren o han sufrido discriminaciones, para garantizar en los medios un espacio adecuado e igual a aquellos que históricamente siempre han tenido voz.

Además de examinar el contenido de la noticia, esta organización analizará también las causas estructurales de una cobertura inadecuada, distorsionada o censurada tanto por la concentración del poder económico como por otras causas.

Carlos Tiburcio (Attac, Brasil), Roberto Savio (IPS/Italia), Bernard Cassen (Attac), Ignacio Ramonet (Le Monde Diplomatique), Miguel Angel Ferrari (Radio Rosario, Argentina), Pepe Viñoles (Liberación, Suecia), Beth Costa, da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Bernardo Kucinski (USP/ Agência Carta Maior), Daniel Hertz (Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul), Maria José Braga (Sindicato dos Jornalistas de Goiás), Joaquim Ernesto Palhares (Agência Carta Maior).

Megachip

Que mil gotas lleguen a ser un río

(www.megachip.info)

La asociación " Megachip " nació el 25 de abril de 2002. No es una fecha casual. Nuestro objetivo es crear una movilización permanente sobre el tema de la comunicación, crucial para los destinos de la democracia, en Italia y en el mundo. Hoy luchar por una información libre y pluralista es un compromiso fundamental. Libertad y pluralismo están sometidos a amenazas graves. Concentración global de las propiedades de los medios de comunicación, conflictos de intereses, transformación de las noticias en armas impropias y todo el sistema de comunicación como brazo armado del poder político y económico, constituyen algunas de las amenazas mortales a la autonomía y a la libertad de los medios.

La formación de una élite dominante a nivel internacional -que necesita el control de los sistemas de comunicación- está cambiando las reglas del juego. La noticia en éste sistema informativo, en efecto, no es más una información a comunicar a la audiencia, lectores, espectadores, sino un producto que se vende como los demás, una mercancía a colocar en el mercado. Es decir, resulta indiferente su contenido de verdad, mientras se vuelve dominante la exigencia que ellas produzcan provecho y estén al servicio de los intereses de las clases dominantes y de la ideología que las sostiene. Esta inquietante realidad de la comunicación (periodística, publicitaria, de diversión) está destruyendo, entre otras cosas, todas las formas de ética y de deontología profesional, transformando a todo y todos en máquinas que producen provecho.

Por fortuna, estos ataques al derecho a la información de los ciudadanos están produciendo numerosos anticuerpos en la sociedad italiana. Que se manifiestan en dos modos: 1) Una creciente y difusa protesta contra una información que trastorna y deforma la realidad del país y del mundo. 2) La difusión, a través Internet, de millares de sitios, con los que interactúan centenares de miles de personas, y de través los cuales se produce una información independiente muy variada. Registramos un crecimiento impetuoso de estos movimientos. Megachip nace también para sostener su desarrollo, para favorecer la interacción y la coordinación. La contra-información, en efecto, incluso con sus mayores méritos democráticos, no logra superar la valla que separa minorías, incluso notables, en grado de defenderse, de la gran masa de millones de individuos objeto del sistema mediático y totalmente privados de instrumentos críticos de análisis de los mensajes.

Para que esto suceda es indispensable el nacimiento de un movimiento que se estructure para cubrir con una crítica permanente, multilateral, difusa, al sistema mediático en su conjunto. Queremos que mil gotas se conviertan en un río, para acrecentar la conciencia de amplios sectores de la opinión pública en torno a estos problemas. Es un batalla grande y compleja para la defensa de la democracia en nuestro país.

La situación de la información-comunicación, en Italia y en el mundo, es muy preocupante. El pluralismo de la información ya es más aparente que sustancial. La tendencia indica empeoramiento. Lo que millones y millones de personas escuchan, leen, y sobre todo ven, cada día, está definido por grupos reducidos, que deciden lo que el gran público debe y lo que no debe saber. Casi dondequiera el denominado "cuarto poder" está ya tan estrechamente enlazado al poder político y dependiente de intereses privados, que usurpan y controlan los medios, que se ha renunciado casi completamente a funciones de control y de crítica. La gran mayoría de los flujos de comunicación está producida o controlada por un puñado de colosos mundiales, un verdadero oligopolio mediático, entre los cuales hay conglomerados impresionantes por dimensión y potencia, como América On Line-Time Warner, Vivendi International, Sky News, Bertellsman etc.

Basta pensar que la capitalización de la industria de la comunicación ha sobrepasado en el mundo la de toda la industria automovilística. Ningún estupor, por lo tanto, si se verifica que la comunicación es un producto de origen casi exclusivamente del Occidente desarrollado, y si el mismo interpreta las ideas dominantes en ese mundo. Países y pueblos del resto del planeta están excluidos de este mercado, al cual encuentran prohibido el acceso porque estructuralmente no son competitivos; están reducidos a espectadores, sometidos a un martilleo de noticias, ideas, estilos de vida y de consumo a ellos extraños. Con esto expuestos a procedimientos de homogeneización no solamente dolorosos para quienes lo sufren, sino también destructivos para los idiomas, culturas, civilizaciones. El Occidente propone dondequiera sus propios estándares de vida y de juicio como los únicos posibles. La agenda del mundo real es ocultada y sustituida por los criterios totalizadores de los conglomerados del poder global, el principal de los cuales es el imperativo absoluto del mercado, en

el cual todo (información, entretenimiento, publicidad) es parte integrante, sinérgica, del procedimiento de creación de las necesidades, necesidades que estimulan una producción forzada, artificial, de mercancías y de entretenimiento. El resultado de esto es que llegue a ser totalmente indiferente - o por lo menos secundario - que haya una relación entre la realidad y lo que es reproducido y difundido. Porque es cada vez más evidente que también la información, los procedimientos culturales de masa, el entretenimiento, ya son esencialmente mercancías, los mismos llegan a ser lugares de creación de provecho y, al mismo tiempo, lugares de condicionamiento del consumidor. El sistema mediático llega a ser, de este modo, instrumento central de la organización del dominio. La información que pasa es filtrada, canalizada, controlada en función de esos intereses.

Así que es todo, excepto libre y honesta. En este modo la sociedad global, la denominada "sociedad del conocimiento", ha llegado a ser en realidad, en las manos de los productores de una gigantesca "fábrica de sueños", hija y hermana de la globalización. Si existe un lugar donde esta globalización ya expresó toda su virulencia, éste es el campo de la comunicación. La libertad de los mismos operadores de la comunicación, al interior de estas lógicas, está pesadamente delimitada, cuando no completamente negada. De esto se deduce que sea totalmente indiferente, o de todos modos secundario, que existan relaciones entre lo que es producido, reproducido y distribuido en esta forma y la realidad.

Si es necesario - y siempre es necesario para la "fábrica de sueños" - la realidad puede ser sustancialmente modificada en el pasaje hacia su representación virtual, no importa si embellecida o empeorada, de cualquier modo manipulada, en función de las exigencias del mercado y, sobre todo, de la organización del dominio. El sistema mediático no nos restituye el mundo, luego de haberlo pasado en su amasador, sino que da un simulacro selectivo de él, "emocionante", espectacular. Hasta las guerras ya son conducidas en perversa simbiosis con el sistema mediático, la gestión de las primeras ha llegado a ser inseparable del funcionamiento del segundo. En vista de que se necesita "conquistar las mentes y los corazones", para obtener altos índices de audiencia, entonces cada operación mistificadora se convierte en lícita, incluso "inevitable".

La situación italiana, de absoluto monopolio televisivo y de casi total monopolio mediático, ambos contaminados ulteriormente por un gigantesco conflicto de intereses, es un caso límite de particular gravedad. Extremas y miserables derivaciones de esto son las aplicaciones operativas del "infotainment" (información más entretenimiento) y de las "soft news" (noticias ligeras): caballos de Troya introducidos en los ya reducidos espacios informativos que quedaron con la finalidad de reducir ulteriormente su contenido. Televisiones y diarios se vuelven cada más autorreferenciales, hablan de sí mismos, entre ellos y con el poder, se llenan de chismes, amplifican las fruslerías y las ponen en primer plano; olvidan los problemas de la gente, las contradicciones de la sociedad, la cultura, los valores civiles.

Los medios favorecen la devaluación de la esfera pública, y la espectacularización y exaltación de lo privado. Derechos y deberes son intercambiados a voluntad, falsas emociones se propagan, anegadas en mares de lágrimas y encuentros fingidos, junto a sorpresas fingidas y fingidos personajes que pasan como verdaderos. Se sostiene que esto es lo que el público desea. Pero esto es verdadero solo en apariencia. Porque falta agregar que el público - especialmente el formado por estos medios - desea y piensa lo que está socialmente disponible. Y un público empobrecido de ideas no está siquiera en condiciones de imaginar alternativas, ni de recibir críticamente los mensajes que le llegan. Los géneros se mezclan conscientemente, el entretenimiento se superpone a la información, los dos se enlazan con la publicidad. Todo está incluido en la lógica del "showbusiness". ¿Cuántos están en condiciones de desvincularse? Seguramente no lo están las víctimas más débiles, los niños, obligados a ingerir dosis masivas de mensajes que no pueden descifrar. Los medios de información fabrican los pensamientos y los deseos que legitiman su pretensión de representar los pensamientos y los deseos del público. Millones de personas, entonces, están sometidas incesantemente (con efectos de sedimentación devastantes) a un "ruido de fondo" que determina no sólo el nivel de información de una sociedad, su cultura colectiva, sino incluso su nivel emocional y ético.

Pocos comprenden que la escuela y la familia, pero también el oratorio y la parroquia, ya fueron arrollados por la potencia de los mensajes comunicativos a los cuales son sometidas las jóvenes generaciones. El descenso del nivel de inteligencia, de alfabetización y de valores morales y civiles está marcado por los edictos cotidianos de los diversos "auditel", que se convirtieron en inapelables jueces de nuestro vivir común, de nuestro modo de divertirnos, de consumir. Inapelables e inobjectables, porque son determinantes para definir las corrientes de millones de euros de inversiones publicitarias. Y todo esto está decidido y creado en lugares sin ninguna legitimación

democrática, pero que influyen en modo radical la vida de grandes masas de individuos. ¿Todo esto perjudica a la democracia, a la educación cívica, al equilibrio psíquico de los telespectadores? Peor para ellos, porque no se puede parar este "business".

Casi nadie repara en el hecho de que el "homo videns" es una variante antropológica que modifica los términos de la vida social y de las formas mismas del ejercicio de los derechos democráticos, comenzando por aquel de ser correctamente educados e informados. La moderna "agorá" donde se desarrolla casi todo el mercado político del consenso, está representada por la televisión. Quien posee el control de este medio - tanto peor si es monopolista - puede violar los principios básicos de cualquier democracia. Las sociedades modernas, incluida la nuestra, todavía tienen importantes posibilidades de respuesta. Una información independiente, que a menudo no sea producida para la venta, o sea como mercadería, actúa y marca el paso al sistema de los medios, ayudando a la formación y la extensión del espíritu crítico, alentando la participación democrática en la formación de la opinión pública.

Nosotros, pensamos que no debemos encerrarnos en guettos minoritarios. Nosotros queremos ocuparnos de la enorme mayoría de los usuarios de los medios y afrontar al sistema mediático desde donde emite su consenso a sus víctimas. Es totalmente inútil renunciar a la televisión, ya que esta elección individual no puede ocultar la certeza del hecho que la mayoría de las personas, esta noche, hoy, mañana y siempre, no apagará sus propios aparatos. Significa solamente creer estar liberados, ignorando al mismo tiempo lo que millones de otros individuos ven y escuchan. El mismo despertar de la sensibilidad colectiva, de Seattle a Génova, hasta los movimientos de la sociedad civil en fuerte desarrollo, representan una condición necesaria pero no suficiente para abrir una brecha en el blindaje de la información. Es necesario, por lo tanto, dar respuesta al deseo difuso de participación y de cambio, ampliando los espacios democráticos en la información y en la comunicación. No es posible realizar esto sin pasar a la ofensiva.

No podemos defendernos "como un pulpo que lucha contra el Empire State Building" (Mc Luhan). Se debe embestir y comprometer el proceso de la comunicación en su conjunto. Se debe construir una gran fuerza positiva, capaz no sólo de contestar medios y mensajes, sino también de estimular formas de lectura crítica, de producir constantemente puntos de vista alternativos y de exigir que ellos sean representados. Queremos embestir al sistema mediático con una "crítica práctica", sistemática, multilateral, distribuida en todo el territorio, verdaderamente pluralista y abierta a las contribuciones de todos los componentes de la sociedad civil. Este movimiento ya existe en los hechos, pero está fraccionado y diseminado en cien, mil gotas, cada una aislada de las otras. El capilar e importante trabajo hecho, no puede así alcanzar la masa crítica suficiente para desafiar el imperio, sólo aparentemente inapelable, de la comunicación "oficial". Es necesario alcanzar el gran público que está sentado delante de la televisión, más allá de los límites en los cuales hoy está prisionera la información independiente. Nos parece inútil comunicar a los que ya lo saben.

En cambio es imprescindible contestar los mecanismos que rinden cautivos e indefensos a millones de telespectadores, los cuales no tienen instrumentos para defenderse ya que nadie se los ha dado, y porque muchos de ellos, nada menos, han sido convencidos de que no hay ninguna necesidad de defenderse de bombardeos tan agradables.

Una propuesta

MegaChip nace para construir respuestas a estos problemas. Estamos convencidos que en este terreno se combate una batalla decisiva para la salvaguardia de la democracia, y no sólo por el derecho a una correcta información y a una comunicación digna. Estas son propuestas dirigidas a todo el circuito de la comunicación-información: de los periodistas a los investigadores y científicos, pasando por los trabajadores del espectáculo, los creadores de publicidad, los estudiantes y público de usuarios, en práctica, a los ciudadanos.

a. Un observatorio independiente sobre la comunicación.

Es absolutamente necesario conocer e interpretar las estrategias mundiales de la *information-communication technology*, como así también las disposiciones sobre propiedad nacionales y extranjeras, las estrategias de inversión financiera, los flujos publicitarios y su evolución en campo nacional e internacional. En todos estos sectores se van tomando decisiones de absoluta importancia, destinadas a influenciar profundamente el futuro del planeta. No conocerlos significa haber perdido ya antes de comenzar. El campo de las investigaciones posibles es inmenso y se ramifica en múltiples direcciones: del análisis de los efectos de los mensajes sobre el público y sobre los niños, a los mecanismos de manipulación, a los instrumentos y signos utilizados y utilizables en los sectores de la producción periodística, publicitaria, televisiva,

radiofónica y cinematográfica. En pocas palabras, se necesita un nivel que permita afrontar el análisis cuantitativo y cualitativo de los efectos del sistema mediático en la era del "homo videns".

b. Un nivel de monitoreo de la cantidad y calidad de los productos del sistema mediático nacional (y con perspectiva internacional).

Esto para dar un punto de referencia tanto a los operadores profesionales como también a los ciudadanos contra los abusos, las distorsiones, las presiones que amenazan la libertad de información, violan la dignidad del público, impiden la transparencia y el uso de los derechos. Por esto será necesario involucrar en primer lugar a las centenas de centros y grupos de información independiente, las universidades y centros de investigación científica, pero también a los sindicatos de todas las categorías profesionales, desde las organizaciones de periodistas hasta las de consumidores.

c. Un nivel de formación de los operadores de la información-comunicación.

Es necesario definir y redefinir los estándares éticos, deontológicos de todo el sistema mediático, arrollados por transformaciones poderosas. Esto requiere la participación directa de las profesiones interesadas, en primer lugar de los periodistas. Pero implica también el compromiso de todos los que están involucrados en los sectores de la formación cultural del ciudadano, en los cuales sobresalen por importancia docentes y profesores de cada orden y grado.

d. Un nivel de organización de la batalla política por la democracia en la comunicación.

Sobre la base del bagaje adquirido de esta forma, nos proponemos inventariar las fuerzas existentes, conocer sus experiencias, favorecer su difusión mediante la red y una organización de coordinación nacional. La masa de choque necesaria se alcanzará solo con acciones coordinadas y simultáneas. La invulnerabilidad de los usurpadores del poder informativo deriva del hecho que ellos nunca han sido verdaderamente desafiados. La debilidad de los periodistas y de los otros operadores de la comunicación deriva también de su atomización y de su aislamiento.

MegaChip, entonces, quiere dar batalla, con objetivos precisos y declarados, para acometer con todos los componentes del sistema mediático y conseguir corrección comunicativa e informativa. Sabemos perfectamente que no será una batalla fácil, donde los usurpadores del poder mediático recurrirán sin ahorro a la fuerza que disponen. Por esto necesitaremos producir conocimiento sólidamente fundado e información irrefutable. Queremos unir las mil gotas en una experiencia común y hacer de esto una "noticia" capaz de alcanzar el gran público, la política y las instituciones. Obviamente podremos proceder por grados, en proporción directa a las fuerzas que tendremos.

Esta es una propuesta abierta.

Aquellos que, compartiéndola, aceptarán participar, podrán valorizar (no reducir) su identidad en un contexto más amplio y eficaz. Nos proponemos, antes que nada, abrir un debate con aquellos que -y son muchos- advierten la exigencia estratégica de construir una organización inédita para una lucha inédita.

Este es un paso decisivo para ganar la batalla por la tutela de la democracia, de los derechos sociales y civiles, y de la paz.

Webografía

Crítica de los medios: una caja de herramientas para mediatcivistas

<http://www.rekombinant.org>
Rekombinant

<http://www.n5m.org>
Next 5 Minutes - Tactical Media Event

<http://www.waag.org/tmn/abc.html>
Tactical Media Network - The ABC of Tactical Media

<http://www.critical-art.net>
Critical Art Ensemble

<http://www.nettime.org>
Nettime Mailing List

<http://www.ctheory.org>
C-Theory

<http://www.mediamatic.net>
Mediamatic

<http://www.thing.desk.nl/bilwet>
Adilkno

<http://www.thing.Desk.nl/bilwet/adilkno/TheMediaArchive>
Adilkno - The Media Archive

Indymedia y su galaxia

<http://www.indymedia.org>
Independent Media Center

<http://italia.indymedia.org>
Indymedia Italia

<http://process.indymedia.org>
Indymedia - Process

<http://tech.indymedia.org>
Indymedia - Tech

<http://lists.indymedia.org>
Indymedia - Mailing Lists

<http://print.indymedia.org>
Indymedia - Print

<http://satellite.indymedia.org>
Indymedia - Satellite

<http://www.indymedia.org/projects.php3>
Indymedia - Video

<http://radio.indymedia.org>
Indymedia - Radio

<http://radio.indymedia.org/drop>
Indymedia - Radio Drop

<http://www.protest.net>
Protest.Net

<http://www.cat.org.au/maffew/cat/openpub.html>
Open publishing

<http://www.anarchogeek.com>
Anarchogeek

<http://www.active.org.au>
Active Software

<http://www.freespeech.org>
Freespeech

<http://www.tao.ca/earth>
International Forum for Independent Media

<http://www.guerrillanews.com>
Guerrilla News Network

<http://www.alternet.org>
Alternet

Medios independientes en Italia

<http://www.informationguerrilla.org>
Information Guerrilla

<http://www.peacelink.it>
Peacelink

<http://www.sherwood.it>
Sherwood

<http://www.carta.org>
Carta

<http://www.e-left.it>

E-left

<http://www.decoder.it>
Decoder

<http://www.newbrainframes.org>
New Brainframes

<http://www.tmcrow.org>
Tactical Media Crew

<http://www.infoxa.org>
Infoxa

<http://www.makaja.org>
Makaja

<http://www.31febbraio.org>
31febbraio

<http://www.altremappe.org>
Altremappe

<http://www.amisnet.org>
Amisnet

<http://www.zabriskypoint.org>
Zabrisky Point

<http://www.rekombinant.org>
Rekombinant

Weblog

<http://www.bloggando.it>
Bloggando

<http://www.blogspot.com>
Blogspot

<http://blogdex.media.mit.edu>
Blogdex

<http://www.blogger.com>
Blogger

<http://www.phpnuke.org>
Phpnuke

<http://www.slashcode.com>
Slashcode

<http://www.postnuke.org>
Postnuke

<http://www.squishdot.org>
Squishdot

<http://www.slashdot.org>
Slashdot

<http://www.kuroshin.org>
Kuroshin

Videoactivismo

<http://www.videoactivism.org>
Video Activist Network

<http://www.tvac.ca/about/manifest.html>
Toronto Video Activist Collective

<http://www.igc.org/deepdish>
Deep Dish TV

<http://www.papertiger.org>
Paper Tiger TV

<http://www.whisperedmedia.org>
Whispered Media

<http://www.undercurrents.org>
Undercurrents

<http://www.bignoisefilms.com>
Big Noise Films

<http://www.chiapasmediaproject.org>
Chiapas Media Project

<http://candida.kyuzz.org>
Candida TV

<http://www.notbored.org/the-scp.html>
<http://www.mediaeater.com>
Surveillance Camera Players

Radioactivismo

<http://www.amarc.org>
AMARC World Association of Community Radio Broadcasters

<http://www.rfpi.org>

Radio For Peace International

<http://www.freeradio.org>
Free Radio Berkeley

<http://www.radio4all.net>
Radio 4 All

<http://www.radioproject.org>
Radio Making Contact

<http://www.pirateradio.co.uk>
Pirate Radio

<http://www.clandestineradio.com>
Clandestine Radio

<http://www.rnw.nl/realradio>
Radio Netherlands

<http://www.xs4all.nl/~jo/RFinfo7.html>
Radio Reed Flute Afghanistan

<http://www.b92.net>
B/92, Yugoslavia

<http://www.worldofradio.com>
World of Radio

<http://www.oneworld.net/radio>
OneWorld Radio

<http://www.blackcatsystems.com/radio/pirate.html>
Pirate Radio Central

<http://www.savebbc.org>
Save BBC

<http://fm.thing.net>
fm.thing.net

<http://xchange.re-lab.net>
Acoustic Space

<http://www.drm.org/indexdeuz.htm>
Digital Radio Mondiale

<http://kyuzz.org/radiocybernet>
Radio Cybernet

<http://basis.desk.nl/~ptp>
Patapoe Radio 97.3 FM Amsterdam

<http://www.aec.at/radiotopia>
Radiotopia

<http://www.radiogap.net>
Radio GAP

<http://www.radiopopolare.it>
Radio Popolare

<http://www.radiocittadelcapo.it>
Radio Città del Capo

<http://www.facoltadifrequenza.it>
Facolta di Frequenza

Radioattivismo: tecnologías

<http://muse.dyne.org>
Muse Software

<http://dynebolic.dyne.org>
Dynebolic

<http://www.icecast.org>
Icecast

<http://mp3dev.org/mp3>
mp3dev

<http://xiph.org/ogg/vorbis>
Vorbis

<http://www.chaotica.u-net.com/page/streamer.htm>
Streamer

<http://www.live365.com>
Live 365

<http://radio.inventati.org>
Radio Inventati

<http://www.irational.org/sic/radio>
Irrational - How To Pirate Radio

http://www.irational.org/radio/radio_guide
DIY Net.Radio - A Guide

<http://www.mediasuk.org/archive/index.html>
Italian HF Archive - Siti Italiani Onde Corte

<http://www.microradio.net/>
MicroRadio.Net

Wi-Fi

<http://www.freenetworks.org>
Free Networks

<http://www.guerrilla.net>
Guerrilla.net

<http://www.seattlewireless.net>
Seattle Wireless

<http://www.personaltelco.net>
Personal Telco

<http://www.consume.net>
Consume.net

<http://www.tas.air.net.au>
TPAN - Tasmanian Public Airwave Network

Televisiones comunitarias e independientes

<http://www.openchannel.se>
Open Channel - Community Access Television Network

<http://www.okb.de>
Offener Kanal Berlin

<http://www.ok-wien.at>
Offener Kanal Wien

<http://www.salto.nl>
SALTO

<http://www.olon.nl>
OLON

<http://hoeksteen.dds.nl>
De Hoeksteen

<http://www.vpro.nl>
VPRO

<http://tv.oneworld.net>
Oneworld TV

<http://www.tvradioworld.com>
Tv Radio World

<http://www.wetv.com>

We Tv

<http://www.urbantv.it>
Urban TV

<http://www.telestreet.it>
Telestreet

<http://www.minimaltv.cjb.net>
Minimal Tv

<http://www.superchannel.org>
Superchannel

<http://www.open-video.org>
Open Video Project

<http://ova.zkm.de>
Open Video Archive

<http://www.adbusters.org/campaigns/tvturnoff>
Adbusters - Tv Turn Off Campaign

<http://www.telebocal.com>
Télé Bocal

Por un Dominio Público de los medios

<http://www.waag.org>
Society for Old and New Media - De Waag

http://www.waag.org/faq_publiekdomein2.0
Public Domain 2.0 FAQ

<http://www.waag.org/bandwidth>
We Want Bandwidth!

<http://www.democraticmedia.org>
Center for Digital Democracy - Broadband Bill of Rights

<http://www.s0ftpj.org/bfi/online/bfi10/BFi10-13.html>
Mozzarella Software

<http://www.pubblicitaetica.org>
Pubblicità Etica (en construcción)

<http://www.nwork.it/largabanda>
Nwork - Larga Banda

Hacia un Media Forum Mundial

<http://www.waag.org/pcc>
PCC - Carta dei Diritti della Comunicazione

<http://www.pccharter.net>
PCC (2)

<http://wsis.itu.int>
Ginevra 2003 - World Summit on Information Society

<http://www.comunica.org>
Communication Rights in the Information Society - CRIS

<http://www.tao.ca/ideazimut>
Videazimut

<http://www.oneworld.net>
OneWorld.net

<http://www.unimondo.org>
UniMondo - Oneworld Italia

<http://www.forumsocialmundial.org.br>
World Social Forum

<http://www.fse-esf.org>
European Social Forum

<http://www.attac.org>
Attac

<http://www.adbusters.org/campaigns/mediacarta>
Adbuster - Mediacarta

<http://www.mediademocracyday.org>
Media Democracy

<http://www.mediachannel.org/manifesto/front.shtml>
MediaChannel.org - Manifestoes

<http://www.mediachannel.org>
MediaChannel.org - A Global Network of Media ...

<http://www.alliancecm.org>
Alliance for Community Media

<http://www.devmedia.org>
devMEDIA: Media for Development and Democracy

<http://www.medialibre.org>
Coordination Permanente Des Medias Libres

<http://www.barcelona2002.org>
Intercultural Communication - Barcelona 2002

Media Watch

<http://www.megachip.info>
Megachip

<http://www.fair.org>
FAIR - Fairness & Accuracy in Reporting

<http://www.corpwatch.org>
CorpWatch.org

<http://www.americanresurrection.com/Media.htm>
Media Democracy

<http://www.romacivica.net/forumdac>
Forum Diritto a Comunicare

<http://www.spinproject.org>
The Spin Project