

Miradas periféricas

Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal

Rosana Martins
Heloisa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino
(Eds.)

11

Miradas Periféricas

Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal

Rosana Martins
Heloisa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino
(Eds.)



Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Direcció

José Luis Terrón, Universitat Autònoma de Barcelona

Comité académico

Carmen Echazarreta, Universitat de Girona

Mònika Giménez, Universitat Pompeu Fabra

Jordi Farré, Universitat Rovira i Virgili

Gustavo Cardoso, OberCom

Rita Espanha, OberCom

Nelson Zagalo, Universidade do Minho

José Carlos Lozano, Texas A&M International University

Tanis Karan, Universidad Autónoma Ciudad de México

Laura Regil, Universidad Pedagógica Nacional

Angel Badillo, Universidad de Salamanca

Marta Martín, Universidad de Alicante

Rosana Martins, Heloisa Buarque de Hollanda, Rodrigo Saturnino (Eds.) (2016): *Miradas Periféricas. Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal*. InCom-UAB Publicacions, 11. Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. ISBN 978-84-944171-7-7



© Institut de la Comunicació (InCom-UAB)
Universitat Autònoma de Barcelona
Campus UAB - Edifici N, planta 1.
E- 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
Barcelona. Espanya
<http://incom.uab.cat>
ISBN: 978-84-944171-7-7



ÍNDICE

	Prefacio – Mover epistemologías: en el contexto de la cultura digital y de la metrópoli comunicacional	9
	Massimo Canevacci	
	Alargar la visión, de extras a protagonistas de acción: notas introductorias	15
	Rosana Martins, Heloísa Buarque de Hollanda, Rodrigo Saturnino	
1	Medios comunitarios y nuevas construcciones periféricas sociales en Brasil	25
	Rosana Martins	
2	La cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa: cambios, persistencias y reconfiguraciones	51
	Carla Cerqueira y Rosa Cabecinhas	
3	Periferia en vivo: democratización de los medios y socialización de la información a través del Hip Hop maranhense	71
	Rosenverck Estrela Santos	
4	La territorialización de la información: un análisis alperiodismo en las radios locales portuguesas	92
	Luis Bonixe	
5	Medios, políticas públicas e identidades: guerras ontológicas y comercio cultural en el universo quilombola	111
	Ana Stela de Almeida Cunha	
6	Internet y redes migratorias transnacionales: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración	125
	Denise Cogo	
7	Los cines que hablan portugués: el concepto de cine nacional, identidad y resistencia	152
	Leandro José Luz Riodades de Mendonça	
8	Las nuevas identidades políticas de la sociedad digital	168
	Rodrigo Saturnino	
9	Inclusión del tecnobrega en los nuevos procesos de circulación cultural	192
	Lydia Gomes de Barros	

10	Los blogs como medios de comunicación política Joaquim Paulo Serra	214
11	Devociones Jorge Martins Rosa	234
12	Una crítica de la economía de la información en la era de los medios digitales José Luis García	255
13	Entre ciudades materiales y digitales: esbozos de una etnografía de los flujos del arte urbano en Lisboa Glória Diógenes	267
14	La erosión de la idea de autoría Heloisa Buarque de Hollanda	290
	Sobre los autores	298

Agradecimientos

Queremos aprovechar esta oportunidad para agradecer a cada uno de los autores su destacada contribución en el desarrollo de esta publicación. Estamos felices por el entusiasmo y fascinación con los que cada uno de los investigadores asumió el esfuerzo de observar y analizar las distintas y renovadas formas en las que son utilizados los *media* por la sociedad civil luso-brasileña, lo que derivó en un resultado inspirador y generador de debates teóricos en torno a esta cada vez más relevante temática.

Agradecemos profundamente a María Cristina Antunes y Carla Carbone por el apoyo en el la traducción de este libro, a Ximena Andrea Póo Figueroa y Marcelo Valdebenito por colaborar en la revisión del texto.

Especial agradecimiento al profesor Dr. Massimo Canevacci de la Università La Sapienza di Roma, Italia, e Instituto de Estudios Avanzados de la Universidade de São Paulo, Brasil, por la fascinante contribución en el prefacio de este libro, cuya atención estimulante estuvo siempre presente en la búsqueda de una mejor comprensión del papel de la sociedad civil en la formulación, gestión e implementación en el uso de los *media*, en la contemporaneidad, en un proceso, por así decir, cada vez más participativo, concientizador y problematizante.

Queremos también hacer un especial agradecimiento a la profesora Denise Cogo de la Escuela Superior de Publicidad y Marketing (ESPM), Sao Paulo, Brazil, por la colaboración en ponernos en contacto con el Director del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y director del Observatorio de Comunicación y Salud del InCom-UAB, Dr. José Luis Terrón, que prontamente abrazó este proyecto, motivo por lo cual fue posible su edición por medio del InCom-UAB – Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Finalmente, nuestro más profundo reconocimiento a la Fundação Portuguesa para Ciência y Tecnologia (FCT) por su aporte en el financiamiento de este trabajo.

Rosana Martins
Heloísa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino

Prefacio

Mover epistemologías: en el contexto de la cultura digital y de la metrópoli comunicacional

Massimo Canevacci

Este libro enfrenta el gran desafío político-cultural de la contemporaneidad: la transición de la ‘ciudad industrial’ (centrada en la productividad taylorista/toyotista, en los conflictos de clase dicotómicos, en la dialéctica política ‘analógica’, en la hegemonía de ‘el partido’) para la ‘metrópoli comunicacional’, marcada por las subjetividades fluidas, por la cultura digital, por los movimientos en las calles de concreto y social *network*. Y como este desafío se relaciona con las exigencias de renovar la política y la epistemología. La lógica dualista de la ciudad industrial es tendencialmente sustituida por el pluricentrismo de la metrópoli basado en el respeto de la cultura, consumo y comunicación, en la que prevalece la flexibilidad y la movilidad de cada individuo co-creador de su historia.

En este proceso, están los conceptos de ‘auto-representación y ubicuidad’ que multiplica las subjetividades político-culturales y complejiza la percepción diaspórica del espacio-tiempo. Estos conceptos presentan un método de investigación etnográfico ‘indisciplinado’, en el sentido que rechaza los límites de las disciplinas institucionalizadas, en dirección del elaborar y del experimentar diversas composiciones de lógicas sincréticas.

Auto-representación

El concepto-clave de ‘auto-representación’ se basa en las culturas digitales además de la lógica dicotómica. En esta perspectiva, el investigador etnógrafo está legitimado para interpretar el otro que vive en los intersticios metropolitanos – por medio de comunicación dialógica, escrituras polifónicas, composiciones performáticas – solamente cuando está disponible para dejarse interpretar ‘por el otro’. Esta dialógica y este desafío representan una epistemología ‘transitiva’ de la representación.

La cultura digital transforma la ‘división comunicacional del trabajo’ (expresión inspirada en el concepto de ‘división social del trabajo’, propuesto por Marx) entre quien narra y quien es narrado. Surge, entonces, la idea de auto-representación: las personas quieren representarse, y no ser más representadas. Y, desde cualquier lugar del mundo, tienen los medios tecnológicos y las condiciones culturales para hacerlo, para nunca más entregar a un tercero el derecho de representarlas. Esto viene del deseo de cada uno de expresar, de narrar su propia historia. Entra en escena, así, la crítica al *status* de ‘quien tiene el poder de representar a quien’.

Cayó la dicotomía entre quien representa, de un lado, y quien es representado, de otro. Se trata entonces del derecho que cada persona tiene de representarse a sí mismo política y estéticamente y de representar también quien la representa. Esto significa poner en crisis permanente la visión dualista y dicotómica entre naturaleza y cultura, masculino y femenino, bueno y malo, quien representa y quien es representado. Frente a esto, necesitamos desarrollar lógicas diferenciadas de pensamiento que permitan aprovechar las potencialidades que la cultura digital nos ofrece.

Se afirma en los comportamientos cotidianos y en las investigaciones empíricas una etnografía reflexiva, y un cambio (volcada) epistemológico surge como efecto del fenómeno de la auto-representación. La auto-representación altera profundamente los métodos y los paradigmas, que pasan a ser más dialógicos y reflexivos: el investigador también es investigado: él/ella no puede mantenerse paralizado en el papel de hacer solamente preguntas unidireccionales. La juventud metropolitana hace investigación al respecto del ‘yo’ al mismo tiempo en que son investigados: solamente juntos y conectados se podría construir una representación en la cual están puestas también nuestras personalidades, experiencias, emociones y valores. La participación emocional del investigador/a se convierte en parte constitutiva de la estrategia etnográfica, pues él/ella es parte de la investigación, no está fuera del contexto analizado. Así es también con la objetividad: el objeto no es solamente objeto; es también sujeto, con toda su complejidad, que está en diálogo con el investigador.

La auto-representación significa que, como antropólogo, no puedo más representar la cultura de los *bororós* y *xavantes*, de la periferia de São Paulo o de la juventud *on-line*, pues tanto los jóvenes indígenas como los jóvenes metropolitanos o los cibernautas afirman su derecho y sus deseos de representarse a sí mismos y de representarme como investigador.

La comunicación en la era digital es importante ya sea por el aspecto productivo, por el aspecto de innovaciones tecno-culturales, de valores conductual, lenguajes icónicos, de relaciones cuerpo-metrópoli, identidades mutantes. Y la cultura – en el sentido amplio antropológico que incluye los estilos de vida, visiones del mundo, mitos etc. – es cada vez más parte constitutiva de la metrópoli comunicacional. Para entender esta nueva metrópoli es fundamental mirar el tipo de reforma, no

solamente urbanística, de edificios, tiendas, museos, estadios y en general de lugares de exposiciones, que tienen como modelo arquitectónico y filosófico un tipo de dibujo y de lógica pos-euclidiana.

El concepto de sociedad no es más ‘fuerte’ como era antes. La sociedad era fundamentada bajo la ciudad industrial; ahora se desarrollan tipologías más fluidas y diferenciadas en las identidades. Si la ciudad desarrolló un tipo de identidad fija en la familia, en el trabajo y en el territorio, la metrópoli comunicacional es mucho más fluida y múltiple en las identidades; esto significa una transformación no solamente en el modelo de trabajo. Es difícil para una persona hacer el mismo trabajo toda la vida y vivir en el mismo territorio; y la comunicación contemporánea está favoreciendo que los públicos sean parte constitutiva de la obra, donde sea posible regalar su propia historia, cuentos, figuras, imaginación. Pues el público – que era solamente espectador – viene ahora a ser ‘espect-actor’, o sea, no solamente participa, pero es también actor-en los-espacios. ‘Espect-actor’ significa este tipo de coparticipación que desarrolla un tipo de actitud performática en los públicos. ‘Espect-actor’ performático no es más pasivo, pero es parte constitutiva de la obra aplicando la tecnología digital en los espacios metropolitanos.

Todo esto significa que, hablando del espacio público, se utiliza aún una concepción basada en la historia de la modernidad. Es la historia de la modernidad capitalista burguesa que diferencia el espacio privado de la escena pública. Ahora está ocurriendo una transición, en que el concepto de espacio público no es más bloqueado en la distinción dualística público-privado: hay una expansión de la privacidad en un territorio que antes era totalmente público; y a veces hay una expansión asimétrica de un territorio público en un lugar que era antes totalmente privado. Por ejemplo, la comunicación digital es un espacio/tiempo ubicuo donde yo tengo derechos transitivos. La pantalla ubicua de mi *computer* es espacio/tiempo donde, participando en una social *network*, yo soy público-privado.

Ubicuidad

En los últimos años, el concepto de ubicuidad cambió el sentido de su propio significado tradicional y diseminó un uso metafórico para identificar las experiencias subjetivas cotidianas por medio de la comunicación digital. Así la relación entre cuerpo *post-human*, cultura digital y metrópoli comunicacional es ubicua: una ubicuidad plural que caracteriza las relaciones espacios-temporales en la cotidianeidad ordinaria así como las visiones artísticas y en los movimientos políticos transnacionales. El sujeto que transita en la red y en la metrópoli comunicacional puede, en el mismo espacio-tiempo, comunicarse con personas de contextos totalmente distintos. Esta experiencia ubicua

– inexistente e inimaginable en la ciudad industrial – levanta desafíos inmensos para la política en relación a la comunicación y la etnografía: mi hipótesis es que se genera un sujeto ubicuo conectivo (y no colectivo).

Ahora el ubicuo desarrolla la inmanencia lógico-sensorial que cruza y mezcla el dualismo material/inmaterial. Ubicuo es incontrolable, incomprensible, indeterminable. Es la categoría política de los movimientos de oposición practicados en diversas culturas en los últimos tiempos. Y espacios fuera del control político vertical, de la racionalidad mono-lógica, de cualquier determinación lineal partidaria tradicional. Desde esta perspectiva, es posible elaborar visiones ubicuas para las invenciones humanistas radicales que se mueven más allá del margen: más allá de la fijación identitaria de las cosas y del ser que, por tal cualidad, ofrece visiones poéticas-políticas ilimitadas. Ubicuo es la potencialidad del disfrace que conjuga espacios públicos y tecnología.

La ubicuidad requiere ser profunda y precisa. Mi identidad de investigador no permanece idéntica a sí misma, pues desarrolla al mismo tiempo relaciones diagonales que usan diferenciadas expresiones metodológicas en diversas zonas ‘glocais’ – la dimensión sincrética ‘glocal’ que cambia en el espacio y en el tiempo – cada vez menos caracterizadas geográficamente y cada vez más subjetiva y emocionalmente. Tal identidad es más flexible en relación al pasado industrialista, es una identidad en parte mutante acomodada en un buque inestable, que oscila entre diversos sujetos/contextos en el mismo *frame*. Pues la mirada etnográfica necesita ser ubicua y adiestrarse para decodificar la coexistencia de códigos discordantes (escrituras, visuales, musicales, mezclados etc) y practicar módulos igualmente diferenciados.

La formación de la cultura industrial, de elaborar una identidad siempre idéntica a sí misma, ya no funciona. En la cultura digital, las identidades no son fijas, pero flotantes. El concepto de ‘multividuo’ transforma el concepto clásico de individuo – palabra de origen latina que, por su vez, traduce la palabra griega ‘*atomom*’, cuyo significado es ‘indivisible’. El multividuo es un sujeto divisible, plural, fluido. Ubicuo. Un mismo sujeto puede tener una multiplicidad de identidades, de ‘yos’ y así ‘multividuar’ su subjetividad. Uno de los síntomas de esto es la idea de género. El femenino y el masculino ya no son más percibidos como una división definida biológicamente. El género es visto como una construcción cultural que no comporta más una lógica binaria, dualista. Entiéndase que es posible tener una multiplicidad de experiencias sensoriales eróticas.

La descentralización ubicua y conectiva del individuo se trata de un tipo de identidad característica de la cultura digital. El deseo de vivir una alteridad interna era compartido solamente en momentos específicos, como en carnaval. Actualmente, con la explosión de la cultura digital, este deseo de alteridad, de multivocidad puede ser vivido todo el tiempo, en cualquier momento. El sujeto sólo

debe entrar en *internet* para poder expresar diferencias coexistentes, heterónomos estilos de escribir, de representarse, de conectarse.

Entonces, este sujeto transitivo, caracterizado de flotantes 'yos' multividuales tienen el ventaja de disfrutar de las tecnologías digitales – tecnologías que se tornan más difundidas frente la facilidad de uso, de la reducción de precios, de la aceleración de lenguajes, de las posibilidades de edición autónoma.

Señales metodológicas

Las metodologías que se podrían aplicar en la comunicación política son plurales: es imposible aplicar una metodología solamente adaptada por una singular manifestación en las calles o en las pantallas. Aquí presento solamente tres señales:

- Etnografía reflexiva: el/la investigador/a que quiere enfrentar este ámbito a través de los métodos necesita ponerse en una dimensión reflexiva. Esto significa que él/ella no puede imaginar ponerse neutro, objetivo, distante en relación al objeto de investigación que, como será aclarado después, siempre se presenta como sujeto. Al revés, su emotividad es envuelta en la mirada, su sensibilidad, su percepción sensorial. El investigador refleja el respeto de sí mismo en la medida en que analiza el objeto-sujeto. Necesita saber escucharse y dialogar con sí mismo.
- Estupor metodológico: el estupor metodológico es forma epistemológica innovadora de posicionar el cuerpo y la mente en una dimensión porosa para encontrar lo desconocido. Se trata de un ensayo para abrir la propia corporeidad y prepararla para el encuentro con el raro, que, justamente por ser raro, es deseable. El problema de este encuentro es fundamental en la etnografía. Puede ser un encuentro casual, con algo que está muy cercano, en *Facebook* o en la calle, por ejemplo. Pues, a veces, surfeando en *internet* o caminando por la calle, la gente encuentra elementos que crean un tipo de espanto. Y es necesario estar preparado cuando este encuentro ocurre. Es necesario estar preparado para enfrentar al desconocido, que es al mismo tiempo seductor y espantoso. Es necesario tomar el momento, que es único y puede escapar. Prepararse para el estupor está determinado por la mezcla flexible de lo familiar y extranjero, que antes era evidentemente una oposición binaria y dialéctica. Lo exótico es, desde hace tiempo, parte de la experiencia cotidiana de cada multividuo. Esta preparación compone la porosidad corporal en relación a un potencial encuentro con personas/culturas/obras desconocidas o raras y que justamente son deseadas. Los

investigadores necesitan poner su propia inteligencia sensible en el liminar ambiguo del estupor: así es posible penetrar y ser penetrado en aquel que es raro mientras es innovador, sin cerrarse en la su propia normalidad; la metodología del estupor es básica y se conecta con el punto siguiente.

- Fetichismo metodológico: un abordaje de las formas comunicacionales de las cosas-animadas que disuelve el carácter reificado de la mercancía a través del desplazamiento semiótico de los códigos en ellas incorporados. La interpretación es, al mismo tiempo, una destrucción. El fetichismo metodológico es, por así decirlo, 'homeopático'. Cura el fetichismo, exasperando y dilatando las construcciones interpretativas dirigidas por las propias cosas-mercancías, a lo largo de su vida comunicativa. Es animista en los detalles de la escritura. El fetiche es una subjetivación de la cosa-mercancía-cuerpo. El desplazamiento es una hibridización entre cosas-mercancías-cuerpos.

Elaborar una etnografía de la juventud extrema significa entender la transformación de las relaciones entre la materialidad de la cultura metropolitana y la inmaterialidad de la comunicación digital: y cómo todo esto se practica en los movimientos transnacionales y transculturales. Mi conclusión parcial es que este libro favorece esta perspectiva.

Alargar la visión, de extras a protagonistas de acción: notas introductorias

Rosana Martins, Heloísa Buarque de Hollanda, Rodrigo Saturnino

El campo de la Comunicación ha sido estudiado desde distintas perspectivas. Las investigaciones en esta área involucran desde el universo robótico hasta las alteraciones éticas y morales en la sociabilidad de los individuos que utilizan *Facebook*. Su importancia como disciplina científica viene siendo avalada no sólo por medio de su dimensión tecno-utilitarista, sino también por la fuerte influencia que ha ejercido en la creación de nuevos valores y, del mismo modo, en la reorientación respecto de la representación del mundo y, por consiguiente, de nuevas formas de interpretación del propio *self*. De esta manera, la comunicación, siendo los *media* un importante instrumento para su praxis, es admitida como elemento estructurante de la organización social y, por lo tanto, como un importante campo de estudios de las Ciencias Sociales (Martino, 2001). Entendida en su sentido *latto* como el proceso de interacción diversificada entre los individuos y las cosas, la comunicación se transformó en un encendido campo de ‘disputas de poder’, siendo utilizada no solamente por grandes corporaciones capitalistas, sino también como herramienta discursiva utilizada por los más diversos grupos sociales interesados en su utilización como instrumento de afirmación y auto-representación identitaria, en el contexto de prácticas culturales que se multiplican en diversificación y pluralidad, tanto en cuanto en la definición de sus lugares políticos y sociales.

En este dominio, celebrado con mucho vigor, por los estudios culturales¹, autores como Stuart Hall (2003, 2003), Richard Hoggart ([1957] 1973), Raymond Willians ([1958] 1993, 1994), Armand Mattelard (2000, 2009), Michel de Certeau (2008), Jesus Martin-Barbero (1993, 1995), Néstor Canclini (2003, 2005), pusieron su atención, cada uno a su modo, en el análisis de las distintas modalidades comunicativas – colaborativas y expresivas – presentes en el espacio público, que se transformaron en

¹Los *estudios culturales* representados por el *Centre for Contemporary Culture Studies* (CCCS), creado en Inglaterra, específicamente en la Universidad de Birmingham, en el final de los años sesenta del siglo XX, constituirán un marco en la renovación de los estudios relacionados con la juventud. Su formación multidisciplinaria con apelación marxista retoma los estudios sobre la juventud bajo la óptica de las clases sociales. Metodológicamente, se retoma la investigación cualitativa, en especial la observación participante y la investigación etnográfica. El CCCS fue responsable de la difusión de los estudios de la juventud bajo la perspectiva de la subcultura. Cf. Agger, 1992.

prácticas de resistencia capaces de establecer nuevos arreglos subjetivos, nuevos modos de ser estar en el mundo. Trazos como estos terminaron apuntando a una nueva mutación del sistema social en lo relacionado con la autonomía de la estructura de producción y consumo en oposición a los análisis de los procesos comunicacionales. Así, los estudios culturales direccionan hacia una nueva y desafiante configuración en el entendimiento de las prácticas de comunicación teniendo en vista la identificación del receptor/actor en el espacio de las múltiples mediaciones (Martin-Barbero, 1993).

En síntesis, la dimensión de pasividad que le era atribuida por la verticalidad de la emisión en la comunicación masiva le da ahora al receptor la posibilidad de una interactividad activa como interlocutores, aptos para producir sentido y actuar en el mundo como creadores de su realidad, a partir de formas colaborativas de producción y de comunicación. Ello significa pensar en la comprensión del lugar de la cultura para verla además como una forma de conocer y planear transformándola en lugar de transformación e innovación (Canclini, 2003).

La opción cualitativa que hicieron reavivó la ‘mirada eclipsada’ de la academia sobre la ‘imagen inmutable del receptor’ frente a su condición de sujeto, subordinadamente, pasivo. Los estudios de estos autores propiciaron el nacimiento de un método científico preocupado de la interpretación de la relación y de la acción de los individuos con los dispositivos mediáticos. Uno de los puntos de convergencia de estas investigaciones era reflejar el uso de los *media* por los sujetos en el proceso de ‘*empowerment*’ social como alternativa de subversión de las lógicas utilitarias de las industrias culturales. El trabajo etnográfico realizado por Michel de Certeau (2008) sirve como un buen ejemplo de este proceso. Al analizar las tácticas populares en la producción alternativa de dispositivos disonantes de los principios mercantilistas, dio paso a lo que denominó de ‘lógica de la indisciplina’, o sea, aquella que es orientada por “formas sub-repticias que son asumidas por la creatividad dispersa, táctica y *bricolada* de los grupos o de los individuos” (2008: 41).

En este sentido, cabe resaltar que el cambio epistemológico acerca del protagonismo popular fue potenciado por el mayor acceso brindado por las nuevas tecnologías de la comunicación. Mezclada con el posicionamiento crítico de los grupos ‘periféricos’, recordando las palabras de Negri y Lazzarato, la acción se expresa como:

[...] potencia autónoma y constitutiva de los sujetos [de esta forma, el movimiento revolucionario que realizan, al transformar la instrumentalizada tecnología en beneficio propio, emerge bajo la forma de uno] [...] antagonismo constitutivo de la comunicación contra la dimensión controlada de la propia comunicación [...]. (2001: 39)

Es lugar común admitir que el número de personas con acceso a diversas parafernalias electrónicas aumenta paulatinamente. También hace parte del imaginario popular interpretar la utilización de estos artefactos por la vía de la comodidad y del entretenimiento que ellos ofrecen. En verdad, la potencialidad de la tecnología aún está restringida a un pequeño grupo de individuos con capital cultural, siguiendo las ideas de Bourdieu (2006), superior a la mayor parte de los aparatos domésticos. Sin embargo, no es definitiva la afirmación que aboga el uso de las tecnologías para un fin determinadamente apocalíptico. De un lado, la tecno fobia cibernética advenida de los contextos históricos de la opresión capitalista a través de la invención de las maquinarias, todavía permanece como fantasma que aterroriza los sueños de los humanistas. Del otro lado, los tecnofílicos acríticos celebran, antes de tiempo, la realización fantásica y poética basada en la redención del hombre a través de las promesas científicas.

En la edición de este libro, nos preocupamos de observar el hiato epistemológico que se formó en el interior de estas dos visiones. No quiere decir el encuentro del equilibrio entre las dos perspectivas. Al contrario, el ejercicio que el lector encontrará en las páginas posteriores, evidencia el carácter ambiguo de la tecnología de los *media*. De un lado, interpretada como dispositivo técnico, es reforzada como instrumento legitimado del proceso comunicacional entre los individuos. Por otro lado, la tecnología, entendida como dispositivo social, se integra en un robusto cuadro ideológico, suficientemente fuerte para imprimir sus formas sociales frente a aquellos que las producen y las utilizan. Su intensa dependencia es evidente en cuanto la sociedad incorporó la inteligencia tecnológica a sus formas de organización, orden y control social.

En el ínterin entre estas dos perspectivas, importantes factores generaron la transformación de la instrumentalización tecnológica en beneficio antagónico para grupos populares contra la dimensión controlada en el proceso de la producción de discursos y, por lo tanto, de sentidos. La digitalización de la información, el bajo costo de los artefactos tecnológicos, la disminución del espacio entre el lenguaje técnico y los procesos cognitivos y la gradual inclusión digital, son parte de las contribuciones técnicas que favorecieron la ruptura de algunos monopolios sustentados, mayormente, por las elites corporativas. Su fase contemporánea permitió una participación civil organizada, sin precedentes, de grupos otrora considerados “periféricos”. La participación civil en este campo de disputa, alimenta la comunicación como espacio plural, amplificador de la potencia cívica e integrador de sujetos a la búsqueda de causas comunes. En este sentido, la comunicación en la era de la información es, por lo tanto, poderosamente sinestética (Appadurai, 2004), pues propicia el surgimiento de vivencias orientadas para la descolonización del discurso hegemónico y de la práctica opresiva. La discusión gana más sentido y valor en la medida en que representa, positivamente, la posibilidad de explotar estos aspectos de alteridad en el campo de la comunicación como un

mecanismo de constitución de acciones afirmativas y desafíos globales que van trazando nuevas configuraciones del mundo contemporáneo.

El desafío que nos proponemos en este libro es presentar una nueva etnografía capaz de entregar visiones críticas con respecto de la acción protagonista de colectivos e individuos, otrora subestimados por algo de prejuicio intelectual que todavía actúa, silenciosamente, en los pasillos académicos y en la mirada despótica de los grandes *media*. No se trata solamente de purificar la mirada borrosa y despreocupada de las políticas públicas en el ámbito de la comunicación alternativa. Sobre esto, esta antología pretende alargar la visión epistemológica acerca de la función de la comunicación en el ámbito popular. Los casos de Brasil y Portugal presentados en el libro, a pesar de los distintos contextos de acción, afirman su conexión por medio de la apropiación mediática que los individuos realizan. Son acciones de afirmación identitaria elevadas por la amplitud del conocimiento y por la relectura constante de su papel como agente autónomo. Son prácticas mediáticas que señalan la decisión colectiva de contraponerse a la reducción de su subjetividad en nombre de rendimientos que generan ‘crisis’, concentran el capital y producen exclusiones sistémicas.

Esperamos que los estudios reunidos en este libro puedan ser un punto de referencia para dar visibilidad a estas prácticas. La apropiación mediática y la autonomía comunicacional parecen ser premisas para la instauración de un conocer, de un producir y de un compartir. La obra está compuesta por 14 capítulos temáticos escritos por autores portugueses y brasileños de diferentes áreas de las Ciencias Humanas, teniendo en común la mirada puesta en el campo de los estudios culturales de los *media*.

El primer capítulo del libro presenta un estudio de Rosana Martins. El texto ‘Media comunitaria y nuevas construcciones periféricas sociales en Brasil’, reitera la dimensión política de la producción audiovisual en las *favelas* de Río de Janeiro y periferias de São Paulo. El objetivo es demostrar la existencia de una dimensión política en línea con la noción de visibilidad en la esfera pública con las ideas de auto-representación y de elaboración y difusión de discursos propios por medio de la producción audiovisual. El objeto de análisis es la producción discursiva expresada en los materiales de divulgación de estos colectivos. El texto identifica la existencia y examina las características de una producción audiovisual propia ‘de la periferia’ (y el discurso que la sustenta). El texto desarrolla una articulación teórica a partir de los conceptos de representación, políticas públicas, esfera de la visibilidad pública y lucha por reconocimiento. De esta manera, establece las bases de una metodología de análisis del ‘arte y estética periferia’ y de sus instancias de producción y difusión. De las *favelas* y periferias surgen prácticas de cultura, estéticas y redes de sociabilidad y política forjadas dentro de los guetos, pero conectadas a los flujos globales. Esta experiencia de la cultura a partir de

los movimientos socio-culturales surge como posibilidad de una renovación radical de las políticas públicas. Se trata de una forma de “mastique” socio-político-cultural, o un modo de resemantizar la sociedad y sus contradicciones, o reprocesar significados preexistentes.

En el capítulo dos, ‘La cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa: cambios, persistencias y reconfiguraciones’, Carla Cerqueira y Rosa Cabecinhas parten para una análisis feminista de los *media*, lo que para las autoras significa cuestionar las estructuras de poder hegemónicas que (re)producen y sedimentan representaciones asimétricas y que tienen repercusiones en la vida de todas las personas. En este sentido, asumiendo el poder que los medios de comunicación poseen en la actualidad, en este capítulo, las autoras objetivan en las conclusiones de una análisis de la evolución del destaque periodístico del Día Internacional de las Mujeres desde 1975 hacia 2007, tiendo como punto de anclaje las narrativas presentes en dos periódicos diarios nacionales generalistas – *Jornal de Notícias* y *Diário de Notícias*. El análisis revela la existencia de diversos cambios, pero también de algunas persistencias y reconfiguraciones en los discursos periodísticos.

El capítulo tres ‘Periferia en vivo: democratización de los *media* y socialización de la información a través del *Hip-Hop maranhense*’, presenta un análisis de las relaciones entre el *Hip-Hop maranhense* y los *media* y de cómo la juventud negra se organiza en medio de un escenario de descalificación por parte de la prensa. Propone reflexiones sobre las actividades político-culturales del *Hip-Hop* en São Luís del Maranhão y sus visiones sobre la democratización de los *media*, así como el papel desarrollado por este movimiento en la constitución de una práctica político-educativa en el sentido de la formación de una identidad étnico-racial y de la producción de medios alternativos de comunicación.

En el capítulo cuatro, ‘La territorialización de la información: un análisis al periodismo en las radios locales portuguesas’, Luís Bonixe sigue en las ondas de la radio, pero esta vez del otro lado del Atlántico. El autor observa como las radios locales modificaron el paisaje mediático portugués. El texto muestra que la utilización de los medios alternativos acercó los medios de comunicación de los ciudadanos, generando vínculos identitarios en el interior de las comunidades donde se realizan. Al entregar noticias e información directamente relacionadas con el cotidiano de las poblaciones locales, el periodismo que se hace en las radios locales portuguesas parece tener impacto en fortalecer sentimientos de unión y estrechar los lazos sociales.

En el capítulo cinco, ‘Medios, políticas públicas y identidades: guerras ontológicas y comercio cultural en el universo *quilombola*’, Ana Stela da Cunha destaca que los estudios sobre los *quilombos* tienen una historia reciente, no solamente referidos a su nomenclatura sino también a todo el contenido con ellos relacionado. Pese a que la ‘preocupación’ con su presencia – primero africana y más tardíamente ‘mestiza’, ‘criolla’ – de millares de individuos que llegaron a lo largo de siglos de esclavitud haya sido

una constante en la historia de la formación brasileña, distintos modos de ‘mirar’ y enfrentarse con esta presencia estuvieron siendo presentados a los largo de estos siglos. En este texto la autora refleja la manera en que estos modos de lidiar con este segmento de la población brasileña han sido manipulados según los intereses de las partes, tanto del Estado como de las comunidades involucradas, en un juego dialéctico que involucra distintos actores y que tiene como resultado políticas públicas relacionadas a las cuestiones de territorio y identidad, muchas veces direccionadas a lo que la autora llama de ‘comercio cultural’, involucrando verdaderas batallas ontológicas.

La cuestión de la inmigración es tratada por Denise Cogo en el sexto capítulo. En el texto titulado ‘Internet y redes migratorias transnacionales: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración’, la autora resalta la intensa producción de discursos mediáticos a partir de 2007 con el foco puesto en la imagen revitalizada de Brasil como país de destino migratorio. El artículo demuestra como la presencia creciente de norteamericanos, españoles, portugueses, angoleños, haitianos y bolivianos, entre otras nacionalidades, movilizó los *media* brasileños a promover debates públicos sobre los desafíos que se generan con la presencia de los ‘nuevos’ inmigrantes. En este contexto, la autora observa la urgencia de un activismo mediático y propone, por medio de los Estudios Críticos del Discurso, el estudio de las narrativas producidas y publicadas en Internet por estos individuos, considerándolas como lugares de evidencia de las múltiples subjetividades que conforman el cotidiano y los procesos de ciudadanía de las migraciones transnacionales.

En, ‘Los cines que hablan portugués: el concepto de cine nacional, identidad y resistencia’, Leandro Mendonça, apunta como el concepto de cine nacional puede, muchas veces, ser confundido con la existencia de una industria nacional de cine. En esta dirección, el capítulo analiza el concepto en sus relaciones con la idea de modo de producción. El texto también describe la creación de un posible espacio de los cines hablados en portugués y aborda, la posibilidad de existencia de estas cinematografías como espacios de resistencia y de transferencias culturales.

La cultura digital es tratada también en el capítulo ocho por Rodrigo Saturnino. El autor presenta el novísimo Partido Pirata y discute como el Movimiento reordena el sentido de las propias narrativas a partir de una dinámica específica que mezcla elementos de la figura mitológica de los piratas y las cuestiones éticas y políticas que involucran la ‘piratería digital’. En el texto, ‘Las nuevas identidades políticas de la sociedad digital’, Saturnino demuestra como algunas acciones afirmativas de los piratas se mueven en el intento de reordenar la mirada y los sentidos normativos de la ‘piratería’ para, de esta manera, fortalecer sus tesis y afirmar una nueva ‘identidad’ política.

En, ‘Inclusión del tecnobrega en los nuevos procesos de circulación cultural’, Lydia Barros, analiza el circuito paraense de este estilo musical que rompió con algunos prejuicios elitistas acerca de la música

'brega'. El capítulo apunta el papel del *tecnobrega* en la creación de un nuevo paradigma de la música popular brasileña. Al explorar la utilización de las técnicas de remezcla y el acceso a recursos electrónicos como dos importantes aspectos de este fenómeno social, la autora esclarece que el éxito del *tecnobrega* está asociado no solamente a la fusión de la música popular con latidos electrónicos, pero también al carácter independiente de su producción, potenciado por la inmanencia de las tecnologías de información.

La autonomía sigue como tema transversal del capítulo diez titulado 'Los blog como medios de comunicación política'. En el texto, Joaquim Paulo Serra trabaja la cuestión del periodismo ciudadano en el contexto de la Web 2.0. La propuesta del autor es discutir la función social del blog como instrumento que cuestiona la legitimidad del monopolio de la media noticiosa y de los periodistas profesionales de la prensa en la producción de noticias. Pero poner en causa no significa sustituir. En verdad, la afirmación de los blog se fue desarrollando gradualmente, no por una sustitución de los *media* noticiosos tradicionales sino como su consolidación como medios de tendencia a la complementación, profundización y, muchas veces, rectificación de la información de estos mismos media – y, así, de enriquecimiento de la información públicamente disponible. El capítulo ilustra estas importantes funciones de los blog con algunos ejemplos recogidos en una muestra significativa de media noticiosos y de blog portugueses del área de la política.

En el capítulo once, 'Devociones', Jorge Martins Rosa comenta Internet, desde que se convirtió en un servicio accesible a la generalidad del público, como un espacio que vive de pasiones. Para el autor, por más que las tecnologías y protocolos subyacentes desarrollan – las modestas páginas personales del *Geocities*, las múltiples generaciones de fórums de discusión, y en años más recientes también las redes sociales y otros servicios descritos como Web 2.0 -, todavía encontramos en Internet de todo un poco. Hay siempre quien esté dispuesto, casi de manera voluntaria y sin ánimo lucrativo (piénsese en el caso de la Wikipedia y, a otro nivel, en el fenómeno de los *torrents*), a compartir sus *hobbies* y obsesiones. De manera invariable, también los intereses más oscuros, debido al efecto de escala de esta red global, podemos encontrar un amplio conjunto de otros individuos con preferencias coincidentes, unas veces traspasando fronteras nacionales, otras manteniendo alguna especificidad local. Siguiendo este raciocinio, la análisis del autor propone una socio-etnografía de un grupo de Facebook, predominantemente portugués con un nombre que casi podría ser confundido con el de una secta religiosa si no fuese tan obvia su ironía, y en donde los miembros son incentivados, a partir de un tema que cambia diariamente, a mostrar sus conocimientos de la música *rock-pop* contemporánea.

Los dos capítulos siguientes enfatizan cuestiones críticas acerca de los cambios sociales ocurridos por la intensa utilización de las tecnologías. Desde un punto de vista crítico teórico, José Luís García en el capítulo doce, escribe sobre la cuestión de la tecnología y sus influencias en el cotidiano social. ‘Una crítica de la economía de la información en la era de los media digitales’, García se refiere a los riesgos de la instrumentalización técnica de modo sinérgico y acrítico. En el texto, los cambios en los modos de comunicación a partir del uso de las tecnologías de información son tratados bajo la mirada perspicaz que estimula los lectores y las lectoras al ejercicio interrogativo a respecto de la excesiva dependencia tecnología de nuestras sociedades.

El tema del arte urbano y del *grafiti* compone el capítulo trece, ‘Entre ciudades materiales y digitales: esbozos de una etnografía de los flujos del arte urbano en Lisboa’, Glória Diógenes presenta parte de una etnografía realizada en Lisboa y observa la relación del artista y del investigador sobre los diferentes campos de divulgación artística. Por un lado, el artista desdobra su producción entre el paisaje material y el campo intangible de Internet. De la misma manera, el etnográfico alarga su mirada deslizándose su objetivo desde el muro hacia el ‘ciberespacio’. La naturaleza efímera de los registros visuales de las calles asume escrituras más *sólidas* en la esfera digital. La dinámica etnográfica propuesta en esta confluencia, también, gana otros desafíos y nuevas tonalidades. El investigador que intenta etnografiar el ‘ciberespacio’, que investigó, como tradicionalmente se hace, registrando solamente lo que vio y oyó, olfateó, y sintió por medio de un ‘diario de campo’, pasa a ser alguien que, también, ‘colecciona’ *links*, direcciones electrónicas. En este interludio el investigador no solamente comprende los nuevos procesos de producción artística como también descubre una nueva sintaxis que lo conduce a una secuencia narrativa propia, ya que la linealidad de estos eventos es una cadena que escapa a la lógica secuencial del tiempo (antes-ahora-después). En el estudio, la autora nos desafía a pensar sobre las estrategias y tácticas etnográficas reconocidas en las variaciones de un *objeto* en continuo *desdoblamiento*.

En el capítulo final, capítulo catorce, de este volumen, ‘La erosión de la idea de autoría’, Heloísa Buarque de Hollanda, aborda el surgimiento de la noción de autoría, trayendo al debate la noción del autor basadas en las teorías de Michel Foucault. El texto fue dividido en dos partes. En la primera, la idea de autoría es tratada como una funcionalidad cultural y comercial, construida históricamente. En la segunda, la autora refleja el respeto del papel de la autoría en los días actuales. El objetivo se pone en el cambio paradigmático que el concepto sufrió al ser expuesto a las innovaciones de las tecnologías digitales presentes en nuestro cotidiano.

Las cuestiones que emergen de los estudios y de los análisis que componen el camino editorial de este libro no agotan las perspectivas acerca de la función política de los *media* y la práctica periférica en el

proceso de construcción de nuevos modelos de producción cultural. A pesar de la diversidad empírica y las particularidades teóricas que encontramos en los capítulos de esta obra, los lectores deben estar atentos a las similitudes y al acercamiento que conectan los diferentes contextos de acción, el que posibilita un diálogo entre narrativas disciplinarias distintas y el enfrentamiento de investigaciones provenientes de diferentes sociedades.

En la organización del libro, hacemos nuestra la propiedad de la visión periférica como orientadora de nuestros sentidos con el fin de evidenciar el que, generalmente, queda afuera del objetivo principal de las visiones centralizadoras. En la ciencia óptica, la visión periférica es aquella que capacita el individuo a mirar puntos ubicados delante y alrededor de su campo visual. A pesar de su aparente inferioridad si se compara con la visión rectilínea que ofrece mayor riqueza de detalles, la visión periférica es desenfocante, pero es esencial para avanzar. Cuando falta la luz, ella es la responsable de garantizar la visión. Siguiendo este raciocinio, las ‘miradas periféricas’ en este libro, no concentran su visión en perspectivas dominantes. Al revés, el ejercicio que promueven, pone en evidencia que la identidad resulta de las acciones y de las condiciones de producción del sujeto, efectivamente de su trabajo y de la formación discursiva que resulta igualmente de la posibilidad de comunicación en las acciones discursivas, de las estrategias que usa para poner en evidencia. Los fenómenos sociales que se ubican al margen de las tendencias establecidas, destacan su carácter innovador, experimental y alternativo en el proceso de elaboración de maneras asimétricas de la producción cultural. En este sentido, el ejercicio teórico y etnográfico del conjunto de contribuciones plurales y multifacéticas que acá presentamos, se reflejan en un círculo dialéctico y permanente de la construcción de nuevos caminos. Que tengan una buena lectura.

Referencias Bibliográficas

- Agger, B. (1992). *Cultural Studies as Critical Theory*. London/Washington DC: The Falmer Press.
- Appadurai, A. (2004). The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition. In: Rao, V. & Walton, M. (eds.). *Culture and Public Action*. Stanford/CA: Stanford University Press, pp.59–84.
- Bourdieu, P. (2006). *A economia das trocas simbólicas*. 6ª ed. São Paulo: Perspectiva
- Canclini, N. G. (2005). *Culturas híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Canclini, N. G. (2003). *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- Certeau, M. (2008). *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- Hall, S. (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

- Hall, S. (2002). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (ed), (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, pp. 13-74.
- Hoggart, R. ([1957] 1973). *As utilizações da cultura: aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos*. Lisboa: Editorial Presença.
- Martino, L. C. (2001). Globalização e sociedade mediática. En: Neto, A. F. *et al.* (Org.). *Práticas midiáticas e espaço público*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Martín-Barbero, J. (1995). América Latina e os anos recentes. O estudo da recepção em comunicação social. En: Souza, M. W. (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, pp.39-67.
- Martin-Barbero, J. (1993). *De los medios a las mediaciones*. 3ª . ed. México: G. Gilli.
- Martin-Barbero, J. (2002). Tecnicidades, identidades y alteridades: desubicaciones y opacidades de La comunicación en el nuevo siglo. *Revista Diálogos de la comunicación*, no.64, pp. 9-24.
- Mattelart, A. (2009). A construção social do direito à Comunicação como parte integrante dos direitos humanos, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 32, no. 1, jan./jun., pp. 33-50.
- Mattelart, A. (1981). *Comunicacion y nueva hegemonia*. Lima: Celadec.
- Mattelart, A. (2000). *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC.
- Williams, R. ([1958] 1993). Culture is Ordinary. En: Gray, A. & McGuigan, J. (eds.). *Studying Culture: An Introductory Reader*. London/New York: Arnold, pp. 5-14.
- Williams, R. (1994). *Sociologia de la cultura*. Barcelona: Paidós.

Capítulo 1

Medios comunitarios y nuevas construcciones periféricas sociales en Brasil

Rosana Martins

El presente capítulo visa analizar la articulación teórica a la vuelta de los conceptos de representación, esfera de la visibilidad y reconocimiento social, con objetivo de retratar el nombrado ‘cine de periferia’, cuyas instancias de producción y difusión. Buscamos identificar la importancia dada a la conquista de espacios en términos de visibilidad y la postura de los colectivos periféricos, emergiendo en una conjetura social cada vez más cruzada por una multifacética gama de ambivalencias circunscritas en la metrópoli como centro de difusión y consumo de imaginarios culturales, en el contexto de una sociedad marcada por rupturas en el sentido de la racionalidad humana embrutecida por el capital.

Representatividades Periféricas

Por periferia entendemos el espacio que está alrededor, en el vecindario de otro espacio dicho como central, de donde surgen las reflexiones cuanto al espacio de exclusión socio-territorial. Esta encontrase casi siempre asociada a la idea de conflicto, a partir del momento que pasa a incorporar valores de un espacio urbano sobre otro. De acuerdo con Teresa Caldeira, en su libro *City of Walls* (2000), apunta la segregación tanto como un fenómeno social cuanto espacial, y las reglas que organizan el espacio urbano pasan por la cuestión del diferencial social y de separación.

El gueto o periferia constituyen una espacializada racialización, donde estigma racial y la significación moral de la diferencia son reforzados por la estructuración de la desigualdad racial

As a structural feature of modern urban life, the ghetto is an administrative strategy of state-imposed racialization, a mechanism of social control through moral debasement that serves a critical structural role by reinforcing social stratification through the signification of moral difference within the body [Como una característica estrutural de la vida

urbana moderna, el gueto es una estrategia administrativa de racialización impuesta por el Estado, un mecanismo de control social, a través del aviltamiento moral que sirve un papel estructural importante para reforzar la estratificación social a través de la significación de la diferencia moral dentro del cuerpo]. (Haynes & Hutchison, 2012: XV)

Kowarick (1982, 2000) refuerza que hablar en periferia implica hablar en el plural, pues además de indicar la distancia geográfica, y el que es precario, carente, desprestigio en términos de servicios públicos y infra-estructura básica: calles irregulares y con huecos, ausencia de servicios como iluminación pública y pavimento, graves problemas de alcantarillado, transporte, servicios médicos y escolares, olvidase de registrar, sobretodo, que la periferia también es un espacio de sociabilidad, del arte y de intervención político-cultural.

En este sentido cuando hablamos en centro y periferia estamos hablando no solamente en espacios solamente mensurables en dimensión, condiciones socioeconómicas y infra-estructura, pero también en la construcción de las representaciones sociales – como por ejemplo, la visibilidad producida por los grandes media a respecto de la periferia: espacio del caos y de la violencia, siendo espacios permeados por la criminalidad, el lugar de la ausencia de garantías legales y regida por leyes propias. Por lo tanto, créanse estereotipos que se reproducen tiendo como matriz la reducción de las periferias (y *favelas*) a la pobreza, al crimen y la violencia, como estos fuesen las marcas identificadoras de aquel que está a la margen de la civilización, de la ciudadanía y de la legalidad institucional.

Para Rolnik y Bonduki (1982) la periferia es definida a partir de la adquisición de la vivienda popular, vinculada a la reproducción de la fuerza de trabajo de la población de baja renta. Los autores destacan la indiscriminada utilización del término, en una perspectiva geográfica, a partir de la distancia del centro y, una perspectiva sociológica, en la configuración de espacios de reproducción de la fuerza de trabajo que relacionamos a la pobreza, desprestigio, y, por extensión, invisibilidad. En este sentido, buscan formular una definición más exacta, conceptuando la periferia como “parcelas del territorio de la ciudad que tienen baja renta diferencial” (Rolnik & Bonduki, 1982: 147). La renta diferencial corresponde a las diferencias de ubicación, condiciones físicas, y a las inversiones aplicadas sobre el terreno.

En este caso Raquel Ronik y Nabil Bonduki (Nakano, 2002), al definieren la periferia basada en la baja renta diferencial que la tierra recién urbanizada posee, debido al bajo nivel de inversiones en servicios y aparatos urbanos, producen el paralelo con la macro segregación producida por el diferencial en la capacidad social de acceso a la tierra urbana mantenida como una mercancía peculiar en la urbanización capitalista, cuyos beneficios son visitados notablemente por aquellos con más poder adquisitivo. En este sentido, se puede decir que el concepto de macro-segregación es intercambiable con la exclusión social que también maneja interdicciones de accesos a los servicios y mejoras urbanas producidas colectivamente. Cabe

resaltar, que la ubicación de las personas en el territorio es, en la mayoría de las veces, producto de una combinación entre fuerzas del mercado, planes que responden a los intereses del capital emprendedor, y decisiones del gobierno.

Podemos decir, entonces, que en una sociedad cuyos principios son trazados por la estética del mercado, la exclusión social es por sí solamente una violencia provocada por la estructura social, que refleja en el cotidiano por intermedio de la privación de las clases subalternas en el acceso a los bienes material, simbólico y sociopolítico. Aun que, subrayar la cultura de la pobreza como factor unido a la naturaleza, en este caso, finaliza por desviar la atención de las propias relaciones de poder y por alimentar las políticas públicas que perpetúan la desigualdad y la incivilidad social ancorada en el imaginario que fija la pobreza como marca de la inferioridad, a la merced de la filantropía pública, de un sistema social en crisis (Paoli & Telles, 2000).

Es a partir de los años noventa que tendremos el desencadenamiento de diversas realizaciones televisivas y cinematográficas que buscaron reelaborar el espacio periferia como foco privilegiado de atención (Hamburguer, 2007). Si por un lado la periferia es otra vez retratada como el espacio a la parte de la ciudad, con ausencia del Estado y regida por sus códigos propios, y sus moradores son dichos como meros objetos de acciones, lecturas y visiones, negándoles la suya condición de protagonistas y actores de sus propias vidas; por otro lado avistamos una nueva vertiente que trae a público otras experiencias y, acaban por optar por un abordaje marcadamente diferenciada a respecto de la periferia, al investir en un discurso positivo, asociado a las ideas de diversidad cultural, espíritu comunitario, creatividad, solidaridad, etc., en oposición a la violencia, desigualdad, criminalidad, exclusión, etc. (aunque estos aspectos puedan estar presentes).

La comunicación, como bien afirma Martin-Barbero (1997), es una cuestión de culturas, de sujetos, de actores, y no solamente de aparatos y estructuras; es una cuestión de producción, y no solamente de reproducción. Es en esto horizonte que destacamos tres puntos esencialmente importantes para entender la comunicación y la cultura: la sociabilidad, la ritualidad y tecnicidad. Entender la cultura como el espacio de las prácticas sociales es entender estas prácticas como el espacio en que las relaciones sociales adquieren concreta.

Seguramente, si en los últimos años, a la asociación inmediata entre periferia y pobreza (Valladares, 2005) se añadió la violencia urbana y la criminalidad, sea por parte de la grande media o en el discurso de las clases medias y altas, de una otra manera jóvenes moradores de las periferias crearon respuestas para este discurso, que a través del arte empiezan a actuar en las periferias en iniciativas que visaba repensar el espacio público, la ciudadanía, las políticas públicas y el papel político de las organizaciones gubernamentales. Con el *boom* del movimiento *Hip-Hop*, en los años noventa, la periferia comenzó a ser vista por muchos jóvenes con sentimiento de orgullo, el que provocó, incluso, el interés de jóvenes de clase media y alta por la 'estética periférica'. Con la música de los Racionais MC's, por ejemplo, la

región de la zona sud de São Paulo pasó a ser comentada por los jóvenes, despertando curiosidad en quien no la conocía y orgullo para quien la vivía. (Martins, 2005; Novaes, 2006)

En este mismo periodo destacamos el uso de los medios de captación de imágenes por segmentos populares periféricos que debido al avance tecnológico acabaron por tornar accesible la compra de los aparatos, promoviendo a partir de entonces toda una producción cinemática local.

Mientras, vale notar también la fuerte presencia incentivadora de oficinas volcadas a este segmento oriundas de entidades no gubernamentales como Kinoforum² y Ação Educativa³, en São Paulo. Y siguiendo en esta conjetura, observaremos en meados de los años 2000 el surgimiento de grupos independientes periféricos y, a partir de 2005, el aumento de producciones de los mismos segmentos ya prácticamente casi sin ‘incentivo’ de estas ONGs (Leite, 2006). Actualmente, muchos espacios considerados ‘de periferia’ ya disponen de sus propios canales de comunicación, como festivales propios de cine, y realizaciones de corta metraje.

Es en el final del siglo XX que observamos una verdadera ‘revolución tecnológica’, decurrente del avance técnico en los campos de las telecomunicaciones y de la informática, poniendo a la disposición de la sociedad posibilidades nuevas de comunicar y de producir y difundir información. El conjunto de las dichas ‘industrias culturales’ (radio, cine, televisión, impresos) vive una mutación tecnológica sin precedentes, con la digitalización que, aunque lejos de tener agotado sus efectos, ya delinea un nuevo paisaje comunicacional e informacional.

Los usos de las nuevas tecnologías de telecomunicaciones en las dos últimas décadas pasaron por tres etapas distintos, de acuerdo Castells se refiere, “la automatización de tareas, las experiencias de usos y la reconfiguración de las aplicaciones” (1999: 50).

² Criada en 1995, la Asociación Cultural Kinoforum, institución sin fines de ganancia, realiza actividades y proyectos y apoya el desarrollo del lenguaje y de la producción cinematográfica con énfasis a la promoción del audiovisual brasileño, a partir del intercambio con asociaciones y eventos brasileños y internacionales. La institución es responsable también por diversas actividades como el Curta Kinoforum - Festival Internacional de Curtas-Metragens de São Paulo, Festival del Vídeo Tela Digital, los talleres Kinoforum de Realización Audiovisual, el Guia Kinoforum de Festivais de Cinema y Vídeo, site kinooikos.com, kinolounge y Crítica Curta. Cf. Associação Cultural Kinoforum, s.d.

³ A **Ação Educativa**, es una asociación civil sin fines de ganancias, fundada en 1994 con la meta de promover derechos educativo, culturales y de la juventud, teniendo en vista la justicia social, la democracia participativa y el desarrollo sustentable. La asociación viene realizando actividades de formación y apoyo a grupos de educadores, jóvenes y agentes culturales, además de integrar campañas y otras acciones colectivas que visan a la realización de estos derechos, en el nivel local, nacional e internacional. Por lo tanto, la institución busca desarrollar investigaciones direccionadas a las políticas públicas en la perspectiva de los derechos humanos y de la igualdad étnico-racial y del género. La matriz está en São Paulo, capital, y viene siendo apoyada por diversas agencias de financiamiento tanto nacional como internacional. Cf. Ação Educativa, s.d.

En las dos primeras etapas, el progreso de la innovación tecnológica basó se en aprender ‘con uso’. En la tercera etapa, los usuarios aprendieron la tecnología ‘haciendo’, el que acabó resultando en la reconfiguración de las redes y en la descubierta de nuevas aplicaciones.

De la ‘aldea global’, pasamos a la sociedad de la información o del conocimiento’ y, sobretudo, a la ‘sociedad en red’, con sus utopías y aporías (inteligencia colectiva, autonomía, democratización de la cultura, realidad virtual...).

El ciclo de realimentación entre la introducción de una nueva tecnología, sus usos y sus desarrollos en nuevos dominios tornase mucho más rápido en el nuevo paradigma tecnológico. Consecuentemente, la difusión de la tecnología amplifica su poder de forma infinita, a la medida que los usuarios se apropian de ella y la redefinen.

Podemos afirmar que a través de la herramienta del audiovisual surge en las periferias una praxis que acaba por involucrar los agentes comunitarios y suya población propiamente dicha.

Los individuos construyen representaciones a respeto de la propia estructura social y las clivajesss sociales, y es en el cuadro de las categorías ofrecidas por estas representaciones que se auto-posicionan y desarrollan redes de relaciones [...]. (Vala & Monteiro, 2004: 495)

Los intentos de explicación del mundo y de los objetos sociales se constituyen como representaciones sociales. Estas se revelan en las hablas y acciones de los individuos. Luego, representar no significa reproducir o duplicar, significa mucho más que esto, quiere decir reconstruir. Para Moscovici (1978) representar es participar activamente de la construcción de la sociedad y, sobretudo, de sí.

En este sentido, el audiovisual producido en los espacios periféricos crea toda una nueva atmosfera en el reprocesamiento de los flujos comunicativos por medio de los cuales una sociedad narrase, refleja sobre sí misma y reinventase. Así como tornase importante para que perspectivas y discursos sistemáticamente invisibles háganse notables públicamente.

En lenguaje arendtiana pensar en relación dialógica es remeter a otro principio a no autonomía del discurso la incapacidad de libertad y capacidad de juzgamiento, sintonizado en el pensamiento de la autora con la idea de totalitarismo, o sea, la producción de sujetos superfluos, el yo sin interlocutor que no acoge la pluralidad de experiencias. Por lo tanto:

[...] la acción y política, entre todas las capacidades y potencialidades de la vida humana, son las únicas que no podríamos siquiera concebir sin al menos admitir la existencia de la libertad, y es difícil tocar en problema político particular sin, implícita o explícitamente, tocar en un problema de libertad humana [...] la *raison d'être* de la

política es la libertad, y su dominio de experiencia es la acción [...].
(Arendt, 1979: 191-2)

En el pensamiento de Hannah Arendt, la política aparece rehumanizando el mundo a través de la palabra, del discurso, de la acción que surge con el seso compartido, con la capacidad de distinguir el mundo claramente. Hannah Arendt es aquí también una referencia muy particular, con la acentuación que pone en el espacio público y que tiene de ser defendido en un espacio de libertad y no dependiente de las presiones e intereses privados.

La lucha por auto-representación de las periferias brasileñas viene acompañada por una búsqueda de visibilidad pública, el que implica en el uso de estrategias de ‘contraposición argumentativa’ a fin de defender intereses colectivos. En este sentido, también puede ser comprendida como parte de una lucha por reconocimiento social (Honneth, 1996).

La importancia del acto conjunto, del cual nace el poder, es entendido aquí como un recurso generado por la capacidad de los miembros de una comunidad política de acordaren con un curso común de acción, son los modos por los cuales los seres humanos se manifiestan unos a los otros, no como meros objetos físicos, pero mientras hombres libertarios. Luego, la apropiación de los medios y lenguajes audiovisuales por los periféricos refuerza un discurso de auto-representación.

En los estudios de Stuart Hall (1997), el concepto de representación aparece en el campo de la comunicación como forma expresiva que alimenta el ciclo recursivo por medio de lo cual sociedad y individuos construyen se mutua y permanentemente. De esta manera, el audiovisual periférico contribuye para la pluralización de la esfera pública y, sobretodo, en el surgimiento de nuevas posibilidades expresivas para que distintas perspectivas circulen por la sociedad.

La contribución de los Estudios Culturales para la comprensión de la cultura es particularmente significativa para nuestras observaciones, una vez que considera el carácter activo y procesual del sistema social, contemplando también las fuerzas oposicionales y alternativas que luchan para adquirir expresión y espacio. Para los estudios de comunicación, por lo tanto, este concepto contribuye para un alejamiento de la interpretación de los procesos de comunicación exclusivamente como dominación y reproducción, una vez que la hegemonía es siempre un proceso y no existe solo pasivamente como forma de dominación.

Es bajo esta perspectiva que pensamos ser posible resignificar el papel de los medios de comunicación en la sociedad, entendiéndola como parte constitutiva de ellos, y ellos como parte de ella.

Modalidades de intermediación, prácticas culturales e identitarias

En el extremo sud de la ciudad de São Paulo, en Jardim Ângela, en un lugar que ya fue conocido como Triangulo de la Muerte debido a la alta tasa de homicidio, nació un movimiento que tiene por meta llenar el vacuo existente entre los medios de representación, la periferia y el poder institucional. El proyecto 'CineBecos' surgió en 2005, a partir del grupo de jóvenes que mantenían el periódico *Becos e Vielas* en Jardim Ângela. A los poco además del trabajo de exhibición fueron sumados otras iniciativas como la producción de un *Cine Jornal* y la realización de corta metrajes y la asociación con otros artistas y colectivos de la ciudad. Las exhibiciones comenzaron de forma alternativa, con aparatos y espacio prestados por escuelas y amigos. En el inicio de 2006, el colectivo logró implantar un proyecto apoyado por el VAI⁴, Valorização de Iniciativas Culturais, el que posibilitó, como para muchos colectivos y núcleos independientes de São Paulo, recaudar recursos para sus propios proyectos, y el que llevó el colectivo adquirir algunos aparatos y expandir las exhibiciones, además promover sesiones itinerantes. Cabe resaltar que programas como el VAI y los Pontos de Cultura⁵, por ejemplo, dieron una otra perspectiva a las políticas culturales en diversos partes del Brasil, al estimular y fomentar proyectos volcados a las prácticas cotidianas en suyas variadas composiciones.

A más de un año, hay exhibiciones de películas con temas diversificados en el CineBecos, acompañados de debates a respecto de los más diversos asuntos. Divulgar las manifestaciones artísticas y establecer asociaciones con las producciones audiovisuales de la región, pasó a ser también uno de los objetivos del colectivo, que busca siempre mantener un espacio permanente para divulgación de la producción audiovisual no comercial, dando prioridad a producción independiente de realizadores y colectivos de todo el Brasil, proponiendo una reflexión a respecto de las representaciones de la periferia en la media y de las nuevas imágenes construidas, exhibidas y discutidas por el *CineBecos* y otros colectivos.

Las proyecciones del *CineBecos* son realizadas en los 'becos', rincones de la región, exhibiendo desde películas clásicas hasta videos producidos ahí mismo, en la periferia. El proyecto es coordinado por Rogério Pixote, estudiante de multimedias, para quien los abordajes de la periferia en el cine venían causando cierto desconforto, ya que las representaciones del real muchas veces ganan la forma espectáculo, naturalizando desigualdades sociales y, sobretudo,

⁴ Implementado por la prefeitura de São Paulo en 2004, este programa concede apoyo financiero destinada a la ejecución de iniciativas artístico-culturales encabezadas por jóvenes de baja renta, moradores de regiones de la ciudad en que los recursos y aparatos culturales son escasos o inexistentes.

⁵ Pontos de cultura, principal acción del Programa Cultura Viva, volcado para el financiamiento de instituciones reconocidas por el ministério así como aptas a desarrollar acciones culturales. Los proyectos aprobados por edital público reciben una verba en el valor de 85 mil dolares, en cinco cuotas semestrales, para invertir en el proyecto presentado. La novedad de este programa está en la manera como son miradas las manifestaciones culturales populares. Si, en los años 80, prevalecieron las políticas públicas con el intento de ocupar los menos abastados (con el deporte, por ejemplo) para que ellos no venisen a tornarse un problema social, hoy tales políticas no piensan la inversión en cultura solamente como una cuestión de 'inclusión'. Inversamente, se cree en la capacidad de gerenciar y autonomía de las comunidades, grupos e instituciones que se volcan a la producciones artístico-culturales.

negando cualquier posibilidad de reconocimiento de los sujetos sociales que habitan las periferias. Por lo tanto, negase, con esto, cualesquier posibilidad del reconocimiento de una identidad propia, construida a partir de las múltiples vivencias en el espacio popular.

La imagen de la violencia en la periferia, cultivada de afuera para dentro, tiende a quedar en segundo plan en el *CineBecos*. La creencia en el poder de modificación social por medio del arte dale aun más fuerza a estos productores culturales, que, comprometidos con sus orígenes, revelan que un más fuerte ‘grito’ solamente está comenzando a urgir.

Otro ejemplo que citamos es el proyecto *Cinescadão*, creado en 2007 por Flávio Galvão, morador de la zona norte de São Paulo. De acuerdo con Galvão fue a partir del momento que el grupo pasó a funcionar como asociación con registro en el CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), donde todas las personas jurídicas y las equivalentes – personas físicas que exploran en nombre individual actividades con intuito de ganancia -, son obligadas a inscribirse antes de iniciar las suyas actividades), que se vio frente a dificultades tanto de orden burocráticas para mantenerse una programación constante, así como también de burocracias de orden jurídica y legal a ser cumplida.

El grupo que ya contó con apoyo monetario de un pequeño supermercado de la región, en 2009 ganó un premio del fondo nacional del gobierno en la categoría *Hip-Hop* y comunicación. Con el valor del premio sumado a otros trabajos del grupo y dinero personal de los integrantes, el colectivo logró comprar una casa en el morro del Jardim Peri, donde está la matriz del *Cinescadão*.

Cinescadão es una manifestación artística y socio-cultural, y que tuvo sus primeras realizaciones en las gradas del morro del Jardim Peri, zona norte de São Paulo, donde la música, sobretodo el rap, y el video encuentran su espacio, pero que según Galvão muchas veces no sirvió con esta presentación conjunta, debido a la energías divergentes. El proyecto también intentó abarcar el público infantil, pero de acuerdo con Galvão, no tuvo mucha repercusión, ya que las condiciones precarias del local inviabilizaba la atención por largas horas de este tipo de público. Cabe resaltar que las películas eran exhibidas a cielo abierto y la platea se acomodaba en las graderías del cemento del morro, lugar de pasaje de los moradores de la región.

En charla por e-mail en el día 08 de julio de 2014, Flávio Galvão relata que uno de los factores para el “resfriamiento” (dejar de existir) de las actividades al aire libre del *Cinescadão* se debe al hecho de algunos integrantes del grupo, en la época, tornaren se evangélicos; otro factor fue el fallecimiento del morador que los acogía en el gradería; además de esto tenemos el cambio de otros dos (incluso del morador que disponibilizaba la ventana y la pared de suya casa para exhibición). Entretanto el hecho primordial se debe a un tipo de “disputa interna” de prestigio y poder, cuando un integrante recién llegado a asociación presentó un proyecto

que tendría la TIM⁶ como auspiciadora. El proyecto fue rechazado por una parte del grupo, llevando la suya división y, consecuentemente, el cesar de algunas actividades.

Recientemente, el *Cinescadão* fue seleccionado por el Ministerio de la Cultura del Brasil para actuar como Punto de Cultura y una de las metas será la reforma y construcción de salas de cine en la casa del Cinescadão, además de una radio comunitaria en asociación con el grupo CA.GE.BE (abreviación para Cada Genio del Beco) – grupo de *Rap* brasileño, fundado en la ciudad de São Paulo y formado por Cezar Sotaque, Shirley Casa Verde y DJ Paulinho.



⁶ Empresa de telefonía brasileña sucursal de la Telecom Itália.



Fig. 1, 2 y 3: Cinescadão 2009- año en que en una misma noche fue exhibido videos hechos por la Fabicine – La Fantástica Fabrica de Cine, y también fue grabado material para el documental Imágenes PERI-féricas y para videoclips del proyecto (Fotos de Alexandre De Maio, imagen cortesía de Fabicine)

Cinescadão sirve como frente de comunicación y difusión de videos en la capital paulista, siendo vinculado a Fabicine, La Fantástica Fabrica de Cinema (fundada en 2005 a partir del Fórum de Cinema Comunitário de São Paulo), grupo independiente de personas que establece interlocución entre el cine y la comunidad, tiendo el cine como una herramienta política y instrumentalizadora para una discusión local.

El sueño inicial del *Cinescadão* era criar una estrategia de comunicación alternativa dentro de la región norte, la necesidad de tener la producción del audiovisual que no llega para la población en general por varios factores. Vivimos en una estructura de camisa de fuerza que es la forma de exhibición y estructura comercial. Son pocas salas de exhibición de cine en São Paulo, y estas salas no alcanzan, sobretudo de la grande producción audiovisual dentro del propio país. (Información verbal) ⁷

⁷ Entrevista concedida por Galvão. [02 Mayo, 2013]. Entrevistador: Rosana Martins. São Paulo/Brasil.

Es importante destacar que tales colectivos desempeñan un papel muy importante en la democratización de la información en las periferias y en el ejercicio de repensar la práctica de la ciudadanía, tanto en el sentido de la amplitud del número de medios de información y en la inclusión de nuevos emisores, como el hecho de constituirse en proceso educativo, no solamente por los contenidos emitidos, pero por la inclusión directa de las personas en el ‘hacer comunicacional’.

Alberto Melucci (1985) enfatiza sus análisis volcadas al cuestionamiento de las relaciones desarrolladas en el plan micro, en la acción colectiva de individuos, tiendo como punto primordial la psicosocial. La acción colectiva es vista como la unión de varios tipos de conflictos basados en el comportamiento de los actores en un sistema social. Aquí, los colectivos audiovisuales periféricos son sistemas de acciones, redes complejas entre los distintos niveles y significados de la acción social. Luego, llamamos la atención para un conjunto de jóvenes realizadores del arte y cultura que vienen estableciendo otras posiciones y referencias de construcción de significados de la periferia por los que viven en la periferia.

Hay un discurso que delimita la existencia de un tipo específico de producción (‘audiovisual popular’, ‘núcleos populares de formación audiovisual’, ‘producciones periféricas’), de periférica en la plataforma del audiovisual. Luego, visando una mirada hacia a una periferia plural y, sobretudo, diversa, Galvão (idealizador del *Cinescadão*) alerta a respeto del peligro de rotularse el sello “de la periferia” o “*made periferia*”

Es complicado usted intitularse como cine de periferia pues el ocurre en la periferia, y el sencillo hecho de él ocurrir en la periferia será que es el suficiente para la gente decir que es una cosa tan encerrada en la periferia, solamente para periferia. El hombre de la periferia, el ser humano, el está unido a la ciudad como un todo, al conocimiento de la ciudad, los cambios de relaciones, cambios materiales [...]. (información verbal)⁸

Estamos frente a nuevas prácticas estéticas reclamadas para el reconocimiento de la realidad social, nuevas concepciones de registro, nuevas constituciones de plateas, nuevos mercados de distribución de las producciones. Bajo esta perspectiva, el espacio desarrollado por los colectivos periféricos presentase como proceso de propuestas, de discusiones y de negociaciones que acaban por amplificarse en una esfera mayor de la arena pública.

En este contexto partimos para NGO - Non Governmental Organization, Central Única de las *Favelas* – o CUFA, como suele ser dicha -, ubicada en la base de Cidade de Deus, *favela* de

⁸ Cf. Nota no. 6.

la Zona Oeste de la ciudad del Río de Janeiro, se transformó a los pocos en uno de los mayores polos culturales del país.

La Central Única de las *Favelas* es una organización fundada en 1998 por moradores de distintas *favelas* del Río de Janeiro, negros en su mayoría, y originarios del movimiento *Hip-Hop*. Entre ellos, se destacan nombres como la *rapper* Nega Gizza (una de las productoras del Premio y del Festival Hutúz, que es el mayor festival de *Hip-Hop* de la América Latina, además de ser la presidente del núcleo MariaMaria, creado por la CUFA con proyectos direccionados solamente para mujeres y, presidente de la LIBRA – Liga Internacional de Basquete de Rua, con competencias y campeonatos en todo el territorio brasileño), y de MV Bill (*rapper*, escritor y documentalista, es otro miembro fundador de la CUFA y Celso Athayde (uno de los más importantes productores de ‘cultura de calle’ en Brasil), que juntos se tornaron referencias dentro del movimiento *Hip-Hop*, por ponerse como porta-vozes de los moradores de las *favelas* cariocas en la denuncia y combate a las injusticias sociales. Juntos, produjeron y dirigieron el documental ‘Falcão - Meninos do Tráfico’ (2006), y por los libros ‘Falcão: mulheres y el tráfico’ (2007), y en asociación con Luiz Eduardo Soares, escribieron ‘Cabeça de porco’.

Nosotros siempre nos dimos cuenta que nuestra historia era contada a través de la mirada de otras personas, la historia de la *favela*, la historia de los negros, contada a través de otro mirar, el mirar de afuera, y nosotros nos dimos cuenta que teníamos que cambiar una cosa en Brasil que era que no teníamos registro de nuestra vivencia, de nuestra historia. Entonces a partir de ahí nosotros comenzamos a registrar todo que hacíamos, las nuestras acciones, nuestras reuniones [...] la oportunidad de dejar para el futuro algo para dejar de este momento de la nuestra historia [...] nosotros nos importamos en querer ser participativo, siempre pautando los políticos y la política brasileña, llevando ideas y propuestas, piensa el proyecto y ofrece el proyecto, a partir del punto de vista de los *favelados*, moradores de las *favelas*, diciendo el que nosotros queremos, hoy más preparados, hoy nosotros queremos ser oídos, nosotros golpeamos la puerta y pedimos [...].(Información verbal)⁹

⁹ Entrevista concedida por Gizza. [29 Abril, 2013]. Entrevistador: Rosana Martins. Río de Janeiro/Brasil.

Esas voces de la periferia destituyen los tradicionales mediadores de la cultura pasando de ‘objetos’ a sujetos del discurso, contribuyendo con una renovación del político, y con los discursos más contundentes a respeto del racismo, violencia policial o pobreza.

El grupo CUFA es compuesto, en grande parte, por jóvenes formados en los talleres de capacitación y profesionalización de las sucursales de la institución y oriundos de fracciones menos favorecidas de la sociedad.

El CUFA posee, solamente en la ciudad de Rio de Janeiro, cinco sucursales de actuación: CUFA Cidade de Deus, CUFA Viaduto de Madureira, CUFA Pedra do Sapo, CUFA Acari y CUFA Mangueiros. Además, la ‘dicha CUFA’ encontrase abierta en más de veinte y siete estados del Brasil y vienen desarrollando proyectos en educación, medio ambiente, cultura y deportes. Desde 2009 la CUFA viene abriendo campos para otros proyectos sociales en distintos países tales como Argentina, Austria, Bolivia, Chile, Alemania, Haití, Hungría, Italia, España y Estados Unidos de la América.

El CUFA Cidade de Deus (o CUFA-CDD) fue la primera sucursal del CUFA en Brasil y, es por esta razón considerada la “matriz” de la ONG; sumase, por supuesto, el hecho de la Cidade de Deus ser el local de origen y vivienda de unos de los fundadores de la entidad, el *rapper* MV Bill.

Además, la sucursal de Cidade de Deus fue escogida como campo de observación pues abarcaba talleres de actividades culturales distintas. Entre las acciones inclusivas del CUFA (los talleres son gratuitos para toda comunidad) y, que dan legitimidad al trabajo desarrollado, destacamos, entre otros, el Núcleo de Audiovisual, inaugurado con la clase del director de cine brasileño Cacá Diegues, es bautizado en 2004 con la sigla CAV (Curso de Audiovisual). Aquí es ofrecido al CAV una unión de pasantía con la productora de Cacá Diegues, la Luz Mágica. Algunos alumnos fueron seleccionados para desfrutar de aquella oportunidad.

Las clases, que ocurre a los Sábados es respaldado con clases teóricas por un renombrado grupo de cineastas brasileños: Joel Zito, João M. Salles, Eduardo Coutinho, Silvio Tendler, y otros maestros como Júlio César Tavares, José Carlos Avellar, Ivana Bentes, Luiz Erlanger, Rafael Dragaud, Jorge Coutinho, Consuelo Lins, Felipe Muanis, Ângela Sander, como también la colaboración del ECO, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Las clases que ya ganaron la portada del segundo cuaderno del reconocido periódico carioca O Globo, caracterizase por la metodología de ‘alfabetización audiovisual’ – se producen películas de corta-metraje, del carácter ficcional o documental, donde pueden ejercitar la capacidad técnica y artística, además de participar del circuito exhibidor de los festivales de cine y establecer contactos para la entrada en el mercado de trabajo audiovisual. Volcado para la transformación y ampliación de las perspectivas profesionales y personales, las clases promueven la inserción en el mercado del trabajo, además de contribuir de forma determinante en la elevación de la auto-estima de los jóvenes, visando la inclusión de jóvenes

de niveles económicos menos favorecidos, así como formar alumnos multiplicadores de conocimiento – agentes protagonistas en el retrato de la suya historia.

Y el más hermoso es enseñar para las personas de dentro de la *favela* que ellas podrían tener acceso a esto, que nosotros podríamos jugar con esto, con el audiovisual, podría trabajar con esto, ganar plata, podría hacer nuestra ideología de vida [...] fue un pensamiento que fue madurando junto, del CUFA con la gente de la *favela*, la gente de afuera que quería participar en Madureira, cuando nosotros comenzamos las clases [...].
(Información verbal)¹⁰

Estos son espacios dotados de grande potencia en el reconocimiento en común de los problemas comunes, suscitando con esto estrategias socializadoras y transformadoras del sentido existencial.

Por lo tanto, al buscar dar cada vez más voz y legitimidad al trabajo que ya viene siendo ejecutado por el grupo de audiovisual del CUFA Rio, surgió el programa de tv Aglomerado¹¹, programada de cultura, entretenimiento y información que es fruto entre la TV Brasil y la Central Única de las *Favelas* (CUFA). Presentado por los activistas sociales, el *rapper* MV Bill y la *rapper* Nega Gizza, el programa ocurre abajo del viaducto Negrão de Lima, en Madureira, suburbio carioca y matriz del CUFA – Rio. El programa que ocurre a los sábados tiene como meta abrir el canal para informaciones y acciones que ocurren por las calles de las periferias.

¹⁰ Cf. Nota no. 8.

¹¹Cf. Aglomerado, s.d.



Fig. 4: Programa Aglomerado – Foto de Gil Cunha, 2013 (Imagen cortesía de la Central Única de las *Favelas*)



Fig. 5: Anderson Quack de gorra en la pantalla Nega Gizza y Anápuáka Muniz, 2013 (Imagen cortesía de la Central Única de las *Favelas*)



Fig. 6: Grupo CUFA de Audiovisual, 2013 (Imagen cortesía de la Central Única de las Favelas)

Otra experiencia que surgió de este proceso de diálogo del CUFA con el audiovisual es la productora CUFA Filmes, que consta en su cuadro de profesionales ex alumnos formados por la CUFA audiovisual, y que visa un público más grande además de la comunidad

El protagonismo es nuestro sello. La CUFA Filmes no será solamente comunidad, estará interrelacionando con tantos otros profesionales del mercado. Pues creemos que la mayor y más valorada manera de producir conocimiento, es repartir conocimiento. (CufaFilmes, s.d.)

Por lo tanto, podemos notar que los medios pueden ser pensados como lugares de divulgación y legitimación de discursos de estos movimientos socio-culturales, tornándolos como bases de acción, y volcados para una dimensión política de reconocimiento social.

De acuerdo con Evelina Dagnino (2000), esta perspectiva hace parte de una ‘nueva noción de ciudadanía’ – germinada en los años ochenta y que se extiende hasta los días actuales -, que posee estrecha relación con la trayectoria de los ‘nuevos movimientos sociales’. Esta redefinición cívica alcanza, según la autora, además del derecho a la igualdad – tradicionalmente reivindicado por los ‘movimientos sociales clásicos’, a través de la noción de ‘homogeneización de los derechos’ (civiles, políticos y sociales) -, y el derecho a la diferencia. En este sentido, los ‘nuevos movimientos sociales’ (a partir de una clave menos igualitaria y más asociada a la aceptación de la diversidad) encargándose del ‘alargamiento del ámbito de la ciudadanía’ y de la ampliación de las arenas públicas. En otras palabras, los

‘sujetos sociales activos’, o la ‘sociedad civil emergente’ (Teles, 1994), pueden y deben participar de la ‘invención de una nueva sociedad’, o sea, reivindicar el acceso efectivo en la ‘definición del sistema’. Para Dagnino, esta debe ser la estrategia de ciudadanía de ‘bajo para arriba’ (Dagnino, 2000), haciendo emerger en esta esfera una nueva realidad política, marcada por la presencia de nuevos actores y espacios de participación en el escenario político local.

La cuestión de la acción política de los grupos sociales adquiere grande consistencia para la transformación de la sociedad. La necesidad de una profunda transformación cultural; la conquista de una visión de mundo autónoma, en todos los aspectos de la existencia, por parte de los oprimidos; el reconocimiento del hecho de todos los hombres sean pensadores; la identificación de los ‘intelectuales orgánicos’ dentro de cada nivel social, representa, por así decir, un conjunto de concepciones en lo cual reforzase la necesidad de la comprensión de las representaciones sociales.

¿Cómo la periferia ve el mundo? ¿Cómo la periferia ve la periferia? Y, por fin, ¿de qué periferia estamos hablando?

El Núcleo de Comunicação Alternativa (NCA), compuesto por ex alumnos de los talleres Kinoforum y de la ONG Ação Educativa, es un grupo de profesionales que actúan en distintas áreas de la comunicación social. Formado en 2005 en el extremo sud de São Paulo el colectivo trabaja en la perspectiva de promover la comunicación popular, utilizándose de herramientas de los medios como forma de expresión de pensamientos y de producción de intervenciones urbanas. Dedicado a la investigación del lenguaje y la potenciación de la mirada crítica, el colectivo se utiliza como principal herramienta del video, además de la fotografía, de la media impresa y del *internet*, en experimentos con Web Tv -, buscando promover un conjunto de actividades de difusión cultural.

En el principio el ímpetu para la formación del Núcleo de Comunicação Alternativa era de ser escuchado, de proponer el propio punto de vista algo ‘nuestro’ y huir a la imagen estereotipada construida para la periferia y sus moradores. En verdad el sujeto de la opinión, no sería, por lo tanto, el individuo alienado de una ‘masa’, pero el ciudadano informado.

El video popular necesita ser entendido con esta función social-popular, a nuestro servicio, el pueblo. Dando visibilidad a aquello que parece olvidado por los grandes medios de comunicación. La tecnología necesita cumplir una función social. No podemos caer en esta tendencia capitalista de la tecnología por sí misma ni nos transformarnos en rehenes de ella. La tecnología de la imagen digital necesita mediar las

experiencias populares. Ella tiene que auxiliar, sin ser notada.
Cumplir la función y listo, desaparecer. (Facundes, 2010: 06)

El acceso a las nuevas tecnologías y las facilidades de grabar, producir sonidos y imágenes y distribuirlos a bajo costo en las propias comunidades periféricas, crea nuevos ‘espacios públicos’, y aun, añade la consciencia de que la comunicación es un derecho fundamental de la ciudadanía. Como ejemplo, citamos aquí algunos proyectos con éxito y que fueron y otros que aun están en realización por el colectivo. Al comenzar destacamos el documental ‘Bem morar’, trabajo del NCA realizado con los niños de el área en proceso de desocupación por el programa ‘defensa de las aguas’ en Grajaú en lo cual en talleres de video fueron registradas las impresiones a respeto de la vivienda en el barrio. Otro trabajo es el video-poesía grabado con camera de celular, discutiendo la rutina en los trenes de São Paulo. Vencedor de la Competencia ‘Cidade na sua mão’ del Site Catraca Livre (Catraca Livre es un proyecto de periodismo comunitario que informa a respeto de servicios y actividades culturales gratuitas en la ciudad y región metropolitana de São Paulo). Citamos también el magazine producido por el NCA, compuesto de artículos y textos a respeto de la producción del video popular en la actualidad y suyas confluencias con experiencias históricas. A partir de 2009 ella pasó a ser producida colaborativamente por el Colectivo del Video Popular de São de Paulo, y en el *blog* del colectivo¹² es posible se tener acceso a los pdfs de todas las ediciones.

Otro proyecto de destaque del colectivo es el Festival de Várzea¹³, hecho en la calle, retoma el espacio público como espacio de ocio, de encuentro y de discusión política, en dialogo constante con las personas del lugar. La primera edición del festival ocurrió en Campos de Várzea del distrito del Grajaú, teniendo exhibiciones en varios campos de la región, además de calles de ocio, cuabras públicas y asociaciones culturales, siempre precedido de partidos con clubes de la región. En ocho días de festival además de los programas de exhibición y de los partidos, el público puede prestigiar presentaciones artísticas distintas, como conciertos, grafiteria, obras de teatro, saraos y encuentros de samba. Y siendo un festival distinto de los modelos convencionales, el Festival de Cine de Várzea ocurrió de cuatro en cuatro años.

¹² Cf. Núcleo de Comunicação Alternativa, s.d.

¹³ Cf. 1º. Festival de Cinema de Várzea, s.d.



Fig. 7 y 8: Festival de Cine de Várzea (Foto de Érick Diniz, 2010. Imagen cortesía de NCA)

A parte, desde 2007 el grupo promueve el proyecto Videoteca Popular que es un espacio dedicado a la disseminación de contenidos videográficos educativos, independientes y del cine

del arte, ofertando regularmente acervo especializado y gratuito, además de exhibiciones regulares a través del Cine-Clube *Sacola de Imagens* todos los Lunes del mes. El proyecto ya fue contemplado por dos años consecutivos en el VAI (Valorização de Iniciativas Culturais da Prefeitura) y dos años por el Ponto de Mídia Livre, tiendo sumado al largo de cinco años un acervo de más de 900 títulos, entre DVDs y VHS raros.

Seguramente, llega a ser sorprendente estas redes alternativas de comunicación comunitaria a servicio de la libertad de expresión en las periferias brasileñas, al trabajar como alimento de crítica concientizadora que salí del seso común de percepción. Embora busquen apoyo financiero o asociaciones, estos colectivos trabajan bajo la égida de producción hecha ‘en la periferia’. El que los colectivos reivindican, cada uno a la suya manera, es la posibilidad de la propia ‘periferia’ tener iniciativa cuanto a la suya representación. Aquí ser ‘de la’ periferia difiere de sencillamente vivir en ella, pues involucra un sentimiento de pertenimiento y de identidad.

Reflejase, aun, a respeto de la dimensión de la cuestión de la identidad como el hilo que une los colectivos audiovisuales periféricos, un movimiento que en la suya práctica social logra simultáneamente trabajar la auto-estima por medio de la concientización y también, por medio de ella, ejercitar la ciudadanía. La participación del ciudadano en el ambiente social es el que define la ciudadanía. Y, acrecimiento: la cuestión de la ciudadanía debe estar conectada a la participación del actor social y la pluralidad de sus intereses. El protagonismo es entendido en el ámbito de la asistencia social y de la educación como “[...] la actuación creativa, constructiva y solidaria del joven, en la solución de problemas en la comunidad y en la vida social más amplia” (Da Costa, 2000: 22).

Aquí elaboran evidentemente una definición de esfera pública como siendo un espacio de libre acceso donde ciudadanos presentan discursivamente y argumentativamente, en la suya capacidad de acción múltiple compartida, que se da por el cambio de palabras y en la capacidad de juzgar de manera abierta basada en una política no solamente evidenciada, pero que busca incesantemente el conocimiento. Ser sujetos de la suya propia historia, sentar juntos para intercambiar experiencias, son algunos de los aspectos importantes de estos colectivos.

De la zona sud de São Paulo un grito ecua... Y va peregrinando entre los locos que tiene sed de justicia como nosotros; de arriba de los morros el ideal es gritado a través de imágenes, textos, sonidos... la imagen como grito, el sonido como movimiento, el texto como tacto, nuestros sentidos audiovisuales siguen haciendo lectura crítica de este mundo globalizado que se propaga y difunde a través de las medias... Gritaremos con arte, ya que para mudanza no hay padrón ni modelo, todas acciones se

unen cuando el ideal es el mismo, sea ella artística o no. Así pues, no habremos de morir por esta JUSTISED, buscaremos la fuente, cavaremos pozos con cámaras y bolígrafos, levantando la tierra con proyectores, convocando más locos (o solamente los encontrando), ¡re-uniéndonos! En el cavar de más pozos la descubierta del agua, la memoria natural de la vida humana que brota del seno de la tierra renovando la esperanza por días mejores. (Núcleo de Comunicação Alternativa, s.d.)

En un mundo repleto de ambivalencias, las grandes metrópolis como centros de difusión y consumo de imaginarios culturales, repercute el juego de imágenes y excesos de significaciones del propio ambiente en que el mercado gana relevancia y corteja la juventud, instituyéndola como protagonista de la mayoría de sus mitos como consumidores efectivos e imaginarios (Morin, 1996). El yo indefinido a la búsqueda de una identidad siempre perseguida y jamás alcanzada, agarrase ansioso a pequeños signos de auto-expresión públicamente fornecidos (Bauman, 2000).

Esta naturaleza discursiva de la localización social de los individuos apuntado por el sociólogo Zygmunt Bauman y, en otro sentido también mencionada por Edgar Morin, que mueve la dinámica del pertenimiento, no elimina en el todo el sentido de la objetivación de sí, ya que el camino que remete a la idea de pertenimiento delimita una lógica interna del vivido en el momento dinamizado a partir de una causa, los trayectos, las escojas y, con esto, invitándonos a espacios experimentales en lo cual somos llamados a interrelacionar.

Los colectivos audiovisuales periféricos buscan, cada uno a su manera, dar énfasis a respeto de la necesidad de una relación de equivalencia entre el emisor y el receptor, destacando la transparencia en la narrativa. Siendo que este por su vez entrecruza con la mirada de Pierre Bourdieu (1998) cuando afirma en sus estudios que el grande problema de la prensa y de la televisión, por ejemplo, no es más tanto el que ellas son capaces de enseñar, pero el que aun pueden borrar y ocultar. Cabe resaltar que en el campo de la cultura mediática, Jean Baudrillard (1998), destaca que la abstracción encuentra su realización en un modelo de información generalizada a devorar el social, prestes a destruir la comunicación al convertirla en pura exhibición de sí misma: en simulacro. Esto significa el mismo que el cadáver del real donde nada más representa como verdadero o falso, cuya realidad pasa a ser solamente un concepto en lo cual la subjetividad humana tornase un conjunto de funciones inútiles delante de la instantaneidad de las cosas en la información globalizada.

Por otro lado, contudooo, diversos teóricos vienen retomando la crítica del discurso concebida en la intensificación de la circulación de los flujos culturales para demostrar la existencia innegable en lo cual la tendencia a la globalización de la cultura no resulta en la homogeneización del planeta, pero en un mundo cada vez más mestizo. Actualmente,

Massimo Canevacci (2000) desdoblado los conceptos de hibridación y mestizaje engendra en la explicación de las combinaciones y reciclajes de los flujos culturales internacionales por las culturas locales. Así, contra el poder lineal de la dialéctica histórica universalizante, el sincretismo: territorio marcado por las travesías entre corriente extraterritoriales no solamente de etnias, pero también de estilos de vida, visiones de mundo y sensibilidades estéticas -, aparece como modelo donde los símbolos son vistos como extendidos bajo profundas instancias de simbolización, determinadas por tendencias culturales múltiples que fragmentan y re-mastican todo el código.

Otro antropólogo, el indiano Arjun Appadurai, citado por Roland Roberston (1997), cree que los instrumentos de homogeneización traídos por la globalización (armamentos, técnicas publicitarias, la hegemonía de ciertos idiomas, la moda), se ponen absorbidos por las economías políticas y culturales locales, únicamente para que sean repatriados en el campo urbano como diálogos heterogéneos donde el estado-nación se incumbe de un papel cada vez más frágil.

Notase evidenciar la pertinencia de las categorías de hegemonía y resistencia para pensarse la manera como las identidades son construidas a través de las relaciones de continuidad, ruptura y hibridización entre los sistemas globales y locales, además de tradicionales y modernos imbricados en el desarrollo de la cultura. Además, la actual complejidad de los fenómenos culturales exige analizar las identidades como procesos de negociación, “en la medida en que son híbridadas, dúctiles y multiculturales” (Canclini, 1996: 151).

Al rescatar esta dimensión social de la subjetividad proponemos sencillamente evitar modelar el individuo con base en un único sujeto determinante, pero en distintas circunstancias del espacio híbrido dando apertura al apareamiento de un yo plural inquieto frente a las divergentes multiplicidades interior/exterior en una respuesta frente a las limitaciones puestas por la contemporaneidad.

Las producciones y exhibiciones audiovisuales en el espacio periférico basan en los principios de comunidad, cuáles sean, y en común implican la participación activa, horizontal y democrática de los ciudadanos; experiencias compartidas; creaciones propias e identificación local – es una comunicación que se compromete, arriba de todo, con los intereses de la ‘periferia’ donde se ubica.

Tratase, como diría Jesus Martin-Barbero, uno de los exponentes de los Estudios Culturales Latinoamericano, en reconocer que los estudios de comunicación no deben, necesariamente, recaer sobre las suyas especificidades técnicas, pero sobre el lugar en que la comunicación reside en el campo de la cultura. De esta manera, “la comunicación se tornó para nosotros cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por lo tanto, no solamente de reconocimiento, pero re-conocimiento” (Barbero, 1997: 32). Mediaciones, según el autor, serían las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, que permiten comprender la ‘naturaleza comunicativa’ del sujeto, otrora de simple

decodificador para productor del proceso comunicativo. Tratase de un proceso comunicativo en que segmentos organizados de la población sometidos a condiciones de subalternidad – se tornan protagonistas de la comunicación.

Consideraciones finales

Es necesario reconocer la dimensión productiva de estos colectivos periféricos como agentes que están transformando realidades locales. La participación/intervención de los jóvenes periféricos, por medio de los movimientos sociales y culturales, en las decisiones que el Estado viene tomando, en la actualidad, en el ámbito de las políticas sociales, contribuye para el fortalecimiento de la sociedad civil, pues favorece formas de organización popular, que, en nuestro entendimiento expresan el rostro positivo de la relación entre ciudadanía y igualdad.

La diversidad de estos agrupamientos traduce de cierta manera distintas carencias que van unir y mover los individuos dentro de la metrópolis en una movilización hacia a las colectividades al asegurar la libertad de hacerse representar – el que implica en la autonomía de estos espacios que garantizan el reconocimiento de expresar el deseo de participación.

Así, la esfera de la visibilidad conlleva la sociabilidad y la comunicación. Las identidades asociativas periféricas nada más son que agentes de libertad, de igualdad, sistemas de fuerzas y conflictos, cuya participación involucra la intensa búsqueda por el dominio del conocimiento en la superación de los individuos superfluos.

Percibimos frente a la actuación de los colectivos periféricos, vinculados a las demandas del audiovisual, enquanto herramienta de comunicación y educación, que la conquista de la ciudadanía deja de ser pensada exclusivamente en términos de la vigencia de derechos reconocidos por el Estado y pasa a componer un ‘catalogo’ de demandas y actitudes que cobran reconocimiento y respeto para sí. En otros términos, la ciudadanía pasa a orientarse en un campo en que su definición no está dada *a priori*, ni de una vez por todas, ni tampoco se expresa uniformemente.

La dimensión activa y creativa de estos sujetos en el proceso de construcción del conocimiento indica que de simple espectadores, ponen sus sellos personales, procesando y transformando aquello conocimiento en otro, en un proceso de significación y resignificación de los objetos. Referimos a la polifonía de la ciudadanía, las voces distintas, que convocan el referencial de ciudadanía y que lo hacen de forma diferenciada.

Tornase evidente, que ignorar la existencia de tales colectivos e impacto político que estos son capaces de producir significa dejar de lado un real hecho nuevo, sobretudo, en el momento en que podemos tener una contribución a la democratización de los sistemas políticos por el cambio en las reglas de procedimiento a las políticas públicas volcadas para

moradores de las periferias de los grandes centros urbanos del Brasil y, la ampliación de los límites de esta política.

Referencias bibliográficas

Ação Educativa (s.d). Página inicial.[Online], disponible: <http://www.acaoeducativa.org.br> [Acceso 11 Enero 2013].

Aglomerado (s.d). Página inicial. [Online], disponible: <http://www.programaaglomerado.com.br/index.php?id=oaglomerado> [Acceso 29 Abril 2013].

Arendt, H. (1979). O que é liberdade. In: Entre o passado e o futuro, traduzido por De Almeida, M.W. B. São Paulo: Perspectiva, pp. 188-220.

Associação Cultural Kinoforum (s.d). Página inicial.[Online], disponible:<http://www.kinoforum.org.br>[Acceso 11 Enero 2013].

Baudrillard, J. (1998) The Consumer *Society*: Myths and Structures. London: **SAGE Publications**.

Bauman, Z. (2000). Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press.

Bonduki, N. G. & Rolnik, R. (1982). Periferia da Grande São Paulo: reprodução do espaço como expediente de reprodução da força de trabalho. In: Maricato, E. (Org.). A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil industrial. 2ª. ed., São Paulo: Alfa-Ômega.

Bourdieu, P. (1998). On Television. New York: The New Press.

Caldeira, T. (2000) City of Walls: Crime, Segregation, and Citizenship in São Paulo. Berkeley: University of California Press.

Canclini, N. G. (1996). Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

Canevacci, M. (2000). A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo, Studio Nobel.

Castells, M. (1999). Vol I: A sociedade em rede. 2ª. ed., traduzido por Majer, R.V & Gerhardt, K.B. São Paulo: Paz e Terra.

CufaFilmes (s.d). Página inicial. [Online], disponible: <http://www.cufafilmes.com.br/site/?pagina=about-us> [Acceso 29 Abril 2013].

- Da Costa, A.C.G. *Protagonismo Juvenil: adolescência, educação e participação*. Salvador: Fundação Odebrecht, 2000
- Dagnino, E. (2000). *Cultura, cidadania e democracia. A transformação dos discursos e práticas na esquerda latino-americana*. In: Dagnino, E.; Escobar, A. & Alvarez, S. (Orgs.). *Cultura e política nos movimentos sociais latinoamericanos: novas leituras*. Belo Horizonte: Editora UFMG, pp. 61-102.
- Fagundes, D. (2010). *Mas que mer...cadoria!!! Revista Video Popular – contra o cinema mercadoria*, [Online], Dezembro, disponível: http://videopopular.files.wordpress.com/2011/02/revista_video_popular_12_2010_levefinal.pdf [Acesso 13 Fevereiro 2013].
- Hall, S. (1997) *The work of representation*. In: Hall, S.(ed.) *Representation. Cultural Representation and Cultural Signifying Practices*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, pp.13-64.
- Hamburger, E. (2007). *Violência e pobreza no cinema brasileiro recente*. *Novos Estudos Cebrap*, no.78, Julho, pp. 113-128.
- Honneth, A. (1996). *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Cambridge: Polity Press.
- Hutchison, R. & Haynes, B. D. (eds.) *Introduction*. In: *The Gueto: Contemporary Global Issues and Controversies*. VII – XLIII. Westview Press: Philadelphia.
- Kowarick, L. (2000). *Escritos Urbanos*. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- Kowarick, L (1983). *A Espoliação Urbana*. 2ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Leite, M. P. (2006). *Na tela o povo e a nação: classes populares e periferias em imagens*. In: Medeiros, B. F & Costa, M. H. (Orgs.). *Imagens Marginais*. Natal, EDUFRN: Editora da UFRN, pp. 39-56.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Comunicação plural: alteridade e sociabilidade*. *Comunicação & Educação*, São Paulo, no. 9, ano III, Maio/Agosto, pp. 39-48.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Martins, R. (2005). *Hip-Hop: O estilo que ninguém segura*, São Paulo, Esetec.
- Melucci, A. (1985). *An Introduction to Study of Social Movements*. *Social Research*, vol.52, no. 4, Winter, pp. 749-787.

- Morin, E.(1996). *Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo*. 2ª. ed., traduzido por Cevasco, E. M. São Paulo: Ática.
- Moscovici, S. (1978). *Representações sociais da psicanálise*. São Paulo: Zahar.
- Nakano, A. K. (2002). *Quatro COHABs da zona leste de São Paulo: território, poder e segregação*. 245f. *Disertación (Mestrado en Habitat)*. Universidad de São Paulo, São Paulo.
- Novaes, R. (2006). *Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias*. In: Mendes de Alameida, M. I. & Eugênio, F. (Orgs.). *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, pp. 105-120.
- Núcleo de Comunicação Alternativa (s.d.).Página inicial.[Online], disponible:<http://http://www.ncanarede.blogspot.com.br>[Acceso 11 Janeiro 2013].
- Paoli, M. C. & Telles, V. S. (2000). *Direitos sociais conflitos e negociações no Brasil contemporâneo*. In: Dagnino, E.; Escobar, A. & Alvarez, S. (Orgs.). *Cultura e política nos movimentos sociais latinoamericanos: novas leituras*, pp. 103-148.
- Primeiro (1º.) Festival de Cinema de Várzea. (s.d.). Página inicial. [Online], disponible:<http://www.cinemadevarzea.com.br/>[Acceso 11 Enero 2013].
- Robertson, R. (1997). *Social Theory, Cultural Relativity and the Problem of Globality*. In: King, A.D. (ed.). *Culture, Globalization, and the World-System: Contemporary Condition for the Representation of identity*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Telles, V.S. (1994). *Sociedade civil e a construção de novos espaços públicos*. In: Dagnino, E. (Org.). *Anos 90 – política e sociedade no Brasil*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Vala, J. & Monteiro, M. B. (2004). *Psicologia Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Capítulo 2

La cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa: cambios, persistencias y reconfiguraciones

Carla Cerqueira y Rosa Cabecinhas

Introducción

En el campo de los estudios feministas de los medios de comunicación, una gran parte de la investigación ha centrado la atención en lo cotidiano de la información periodística. En este sentido, existe una laguna de estudios que se centren en las efemérides como propiciadoras de materia noticiable, o sea, como anclas informativas, cuestionando de qué forma se verifica el encuadramiento de las mismas en las páginas de los periódicos. Es en este sentido en el que nos fijamos en la cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres, siendo esta una de las efemérides más señaladas en el campo de las luchas por la igualdad de género. A esta relevancia científica se le añade una relevancia social, ya que permite una mirada crítica sobre las narrativas periodísticas y de qué forma las temáticas relacionadas con la igualdad de género, mujeres y feminismos consiguen ganar visibilidad en la agenda periodística y qué impacto podrán tener estas narrativas en términos de transformación social.

Así, en este estudio¹⁴ ponemos el énfasis en un conocimiento temporal y geográficamente localizado y partimos hacia la investigación con el objetivo de analizar la evolución de la cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa (1975-2007). Nos centramos en un periodo que se prolonga a lo largo de más de tres décadas, las cuales quedaron marcadas por profundas transformaciones en la sociedad en general, en los movimientos de mujeres y/o feministas y en los medios de comunicación en particular.

¹⁴ Realizado en el ámbito del proyecto de doctorado con la referencia SFRH/BD/41957/2007 y encuadrado en el proyecto “Género em Foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista”, con la referencia PTDC/CCI-COM/114182/2009, financiados por la FCT – Fundación para la Ciencia y la Tecnología. Traducción financiada por Fondos Nacionales a través de la FCT – Fundación para la Ciencia y la Tecnología en el ámbito del proyecto PEst-OE/COM/UI0736/2013.

Mujeres, género, feminismos y periodismo

Uno de los grandes retos que el movimiento feminista ha tenido desde la década de 1960 ha sido el de entender el poder que los medios de comunicación tenían en la construcción de identidades, es decir, como agentes de producción de las representaciones y prácticas que definen el género (e.g. Betterton, 1987; Silveirinha, 2004; Van Zoonen, 1994). En un momento en el que los papeles de género estaban cambiando considerablemente en la sociedad occidental, los medios de comunicación continuaban usando imágenes que no se correspondían con la diversidad de papeles asumidos por las mujeres (e.g. Carter & Steiner, 2004; Gallagher, 1981; Tuchman, 1979; Van Zoonen, 1994). Además, en lo que se refiere a los movimientos de mujeres y/o feministas, los medios de comunicación, desde muy pronto, contribuyeron a la (re)construcción de significados que no favorecían su legitimidad y a la constitución de una imagen que les permitiese captar más simpatizantes, expresar sus puntos de vista y luchar ampliamente por sus causas, dándoles visibilidad en la esfera pública (e.g. Ashe & Olson, 1998; Barakso & Schaffner, 2006; Gallagher, 1981; McNeil, 1975; Rhodes, 1995; Robinson, 1978). Obviamente, los movimientos, que crearon canales de comunicación específicos y por eso, en cierto modo, alternativos, siempre han tenido presentes que los medios de comunicación *mainstream* eran una plataforma de movilización y de sustentación pública de sus ideales imprescindible y que era fundamental que estuviesen presentes en su agenda, de ahí la organización de diversas iniciativas. Sin embargo, a partir de la década de 1980 el discurso del *backlash* (Faludi, 1991) empieza a ser relevante, pues siempre que las mujeres conseguían alcanzar metas en lo que se refiere a la igualdad, existía una escasa visibilidad en los medios de comunicación, demostrando que el movimiento feminista ya no era considerado necesario.

Teniendo en cuenta este escenario, los eventos que conseguían más fácilmente entrar en la agenda periodística eran precisamente las efemérides y las grandes manifestaciones, de ahí la importancia de analizar el Día Internacional de las Mujeres como pseudoevento (Boorstin, 1961; Burd, 1989), el cual sirve para que las organizaciones no gubernamentales y determinadas temáticas entren más fácilmente dentro de aquello que son los valores-noticia. Es en estos momentos cuando muchas fuentes de información se constituyen como pro-activas e intentan situar en la esfera pública sus puntos de vista sobre determinado asunto. En algunos casos acaban incluso por recurrir a eventos sorprendentes, los cuales son más fácilmente noticiables. No obstante, esta estrategia crea también varias limitaciones, sobre todo relacionadas con el concepto de ‘realidad’ que se plantea por tratarse de eventos planeados y porque existen varias iniciativas compitiendo entre ellas para ser noticia, lo que suscita más pompa que sustancia.

Relativamente al Día Internacional de las Mujeres, a pesar de que existan varias maneras de entender la cuestión, concretamente su génesis (ej. Grever, 1997; Kaplan, 1985), se considera que es una de las efemérides más destacadas para el movimiento de mujeres y/o feministas y que permite plantear algunas temáticas relacionadas con las asimetrías de género existentes en la esfera pública.

En este campo, los medios de comunicación se plantean como una importante fuente de representaciones sobre las mujeres y las cuestiones de género, es decir, como sistema legitimado en la esfera pública y local de debate de varias cuestiones, de ahí su pertinencia para los movimientos sociales que trabajan con estas cuestiones. Conviene, sin embargo, aclarar que las representaciones no son simplemente ‘fabricadas’ por los medios de comunicación, sino que resultan de la interacción entre industrias culturales, audiencias, instituciones sociales y de la propia sociedad en general, lo que hace a esta problemática extremadamente compleja, ya que estamos hablando de relaciones de poder estructurales que es necesario deconstruir. Cuando nos referimos a los medios de comunicación centramos la cuestión en el discurso y en la importancia que este asume como forma de poder. Así, *“defining gender as discourse leads to the question of what ‘role’ the media play in gender discourse and how that role is realized”* (Van Zoonen, 1994: 41). En esta acepción, nos parece crucial su designación como “[...] *(social) technologies of gender, accomodating, modifying, reconstructing and producing disciplining and contradictory cultural outlooks of sexual difference”* (Van Zoonen, 1994: 41).

Por lo tanto, en este artículo nos interesa reflexionar sobre los discursos periodísticos, vistos como representaciones de la ‘realidad’ y con un papel preponderante en la formación de la opinión pública. Muchas veces es a través de la información transmitida por los medios de comunicación informativos como la gente tiene acceso a determinados acontecimientos y asuntos. Se añaden aquí dos aspectos relacionados con las rutinas periodísticas que son relevantes para esta negociación, el agendamiento, el cual se equipara a una primera agenda temática que le dice al(a los) público(s) sobre ‘qué pensar’, y el encuadramiento, que actúa como una agenda adicional que direcciona el tema hacia determinado ángulo, valorando ciertas características y proponiendo formas de pensar sobre el asunto (Mccombs & Reynolds, 2002).

En este sentido, al analizar los discursos periodísticos, la metáfora de los medios de comunicación como ventana abierta al mundo da lugar a la metáfora de la pirámide invertida, en la que la forma de plantear la información crea el acontecimiento y (re)construye la ‘realidad’ (Carey, 1986). Así, tenemos que observar varias teorías que conforman la producción de los contenidos, ya que las instituciones mediáticas son extremadamente complejas y es en esos meandros donde se mueven diferentes intereses. Basta que pensemos en la selección de las fuentes que tiene que ser operada, en las

restricciones de tiempo y en las cuestiones relacionadas con la economía política de los medios de comunicación, entre otras.

En este entorno “el periodismo es, por definición, el discurso de la excepcionalidad, y todo lo que en principio rompe lo cotidiano, invierte el estereotipo o va contra la norma se convierte en significativo” (Gallego, 2009: 47).

Por detrás de las imágenes ‘lisas’ de los textos mediáticos que nos dan retratos que consumimos de modo acrítico o que, por el contrario, reconocemos como ‘distorsionadas’ residen complejas luchas en torno a los significados, de su producción, de su comprensión y de sus implicaciones normativas. (Silveirinha, 2009: 8)

A través de las rutinas periodísticas, los medios de comunicación acaban por privilegiar los puntos de vista dominantes, contribuyendo a la homogenización de determinados grupos (Cabecinhas, 2007), legitimando las relaciones de poder existentes en la sociedad, dejando un pequeño margen para las estrategias de resistencia discursiva. Este tratamiento desigual aparta de la esfera mediática los puntos de vista y las voces de los grupos más desfavorecidos.

Estamos de acuerdo con Yolanda Tejedor (2007) cuando refiere que la denuncia de la desigualdad es una responsabilidad propia de la comunicación social que tiene como objetivo cambiar estructuras injustas desde la raíz, de ahí su pertinencia también para los diversos movimientos sociales y para los que trabajan con las asimetrías de género en particular. Sin embargo, diversos estudios (ej. Álvares, 2010; Barreno, 1976; Cerqueira, 2008, 2012; Díez, 2005; Farré *et al.*, 1998; Gallagher, 1981, 2001, 2006; Gallego, 2013; Monteiro & Policarpo; 2002; Mota-Ribeiro & Pinto-Coelho, 2005; Ross, 2009; Silveirinha, 2006; Tuchman, 1978, 1979) muestran que continúa existiendo una especie de olvido de las ‘lentes de género’ en la información.

En lo que concierne a los medios de comunicación informativos, nos centramos en los periódicos, los cuales permiten la convivencia de diferentes lenguajes, los cuales son cruciales para la construcción de narrativas que cautiven a los públicos y que los vinculen a determinados acontecimientos y problemáticas. Bajo nuestro punto de vista, es fundamental mirar hacia los contenidos periodísticos teniendo en consideración el cruce de estas dimensiones, ya que una gran parte de los análisis se han centrado tan solo en los textos o en las fotografías. Pensamos que esa estrategia es reductora, pues los varios lenguajes crean diferentes significados. Si los textos se encaran como (re)construcciones, no

pocas veces las fotografías producen una “impresión de realidad que en el contexto de la prensa se traduce por una ‘impresión de verdad’” (Vilches, 1993: 19). Sin embargo, si quien fotografía cambia la escena puede estar cambiando también el acontecimiento (Vilches, 1993), además de recurrir a un conjunto de técnicas que le permite dar un significado intencional (Robledano, 2000).

Además de eso, si hace algunas décadas se hablaba mayoritariamente de un sexismo flagrante visible en la producción periodística, hoy en día se apunta a la predominancia de un sexismo sutil y sofisticado (ej. Rojo & Gallego, 1997; Lazar, 2005, Gill, 2007). Así, nos interesa entender cómo en el seno de las narrativas periodísticas el discurso textual se articula con los mensajes visuales y cómo estas compiten para deconstruir o (re)construir las asimetrías de género.

Estamos de acuerdo con Leslie Steeves (2007: 192) cuando refiere que “*feminist and social theories may be helpful in understanding shared patterns of oppression and resistance*”, pues es en esta tensión entre los discursos dominantes y las narrativas de resistencia donde los medios de comunicación se mueven. Byerly y Ross (2006) realzan la importancia de que el activismo y la investigación creen cimientos conjuntos, pues solo de esa forma es posible el cambio social. Con esa intención, este abordaje feminista de los medios de comunicación se afirma como “*explanatory, political, polyvalent and transformative*” (Wackwitz & Rakow, 2007: 258).

Además de eso, estudiar los discursos transmitidos por los medios de comunicación social es de suma relevancia en la medida en que el lenguaje no es un instrumento neutro objetivo de aprehender la(s) realidad(s), sino un producto elaborado que refleja el complejo sistema de creencias, ideas, actitudes, concepciones y elaboraciones de la sociedad, el cual permite dar sentido a la realidad (Plaza & Delgado, 2007). Consideramos fundamental atender sobre el lenguaje y las representaciones porque tan importante como la invisibilidad es la forma como se da visibilidad a determinados asuntos y actores/actoras sociales.

Portugal: género, feminismos, Día Internacional de las Mujeres y medios de comunicación

Como todo el conocimiento es localizado (Haraway, 1991) hay que entender las especificidades del contexto portugués, las cuales advienen del recorrido socio-histórico marcado por el periodo dictatorial del *Estado Novo*, el cual contribuyó al olvido de la memoria de las luchas feministas (Tavares, 2011), al mismo tiempo que utilizaba los medios de comunicación social como espacios de propaganda ideológica del régimen (Pimentel, 2007). En simultáneo, los estudios de género/feministas surgieron muy tardíamente, de ahí que si los comparamos con el panorama internacional aún se encuentren en un área marginal en el seno de la academia portuguesa (Amâncio,

2003), a pesar de ser consensual que, con los diversos desarrollos ocurridos, actualmente trabajar en esta área, en los más diversos contextos, es de extrema complejidad (Van Zoonen, 2010).

Durante el régimen dictatorial del *Estado Novo*, que estuvo vigente en Portugal desde 1926 hasta 1974, prevalecía la trilogía 'Dios, Patria, Familia'. Así, el régimen fascista relegó a las mujeres a la esfera del hogar, para el cuidado de los hijos y del marido, cristalizando la secular dicotomía público/privado, impidiendo su deconstrucción y acentuando una justificación basada en la naturalización de las funciones de género. De acuerdo con Manuela Tavares (2000), la función de las mujeres era el cuidado de la casa, de los niños y del marido, el cual era considerado el jefe de familia. La propaganda política, a la par de la creación de organizaciones femeninas estatales (como la *Mocidade Portuguesa Feminina* y la *Obra das Mães pela Educação Nacional*), tenían como propósito la explicación de los papeles de género diferenciados, presentaban a las mujeres como el 'pilar de la familia' y mostraban a las trabajadoras la importancia de regresar al hogar (Pimentel, 2001).

Para el régimen, los movimientos feministas eran vistos como enemigos que debían ser destruidos. Por eso casi hasta el final del periodo dictatorial los movimientos feministas permanecieron prácticamente silenciados (Fidalgo, 2002). La irrupción de un discurso marcadamente feminista tardó en concretarse y no empezó a ganar fuerza y visibilidad hasta casi los últimos años de dictadura. Como explica Vanda Gorjão (2007: 111), "a pesar de defender la dignificación de la mujer en la sociedad y la igualdad de derechos, no todos los grupos y asociaciones de mujeres se auto-designaron expresamente feministas". También se constata que la oposición femenina al Estado Novo no siempre fue feminista, pues algunas de estas mujeres no tenían una conciencia crítica de la discriminación de género, y en los circuitos opositores aún se verifica la manutención y legitimación de los papeles tradicionales de hombres y mujeres (Gorjão, 2007). Por lo tanto, los grupos que fueron surgiendo tenían trayectorias difíciles, algunas veces incomprendidas. Grupos de mujeres, núcleos feministas, colectividades que no se asumían como tales, pero que basaban sus principios en el ideario feminista, así es la telaraña que compone el movimiento en Portugal.

Además de eso, en el periodo del *Estado Novo*, específicamente en la década de 1950, algunas mujeres empezaron a celebrar el Día Internacional de las Mujeres. Estas iniciativas estaban organizadas mayoritariamente por mujeres trabajadoras, las cuales reivindicaban mejores condiciones de trabajo y la disminución del coste de vida. Estas mujeres estaban concentradas sobre todo en las grandes ciudades y pertenecían a la clase obrera.

Todavía en relación a este punto cabe destacar que varios estudios mencionan la importancia del asociativismo para el empoderamiento de las mujeres (Tavares, 2011). En el caso portugués es necesario poner atención al hecho de que este no empieza a ganar peso hasta después de la

revolución del 25 de abril de 1974 (Vicente, 1998) y de que este esté diluido en los movimientos sociales de la época (ej. Magalhães, 1998; Tavares, 2011).

En Portugal las primeras celebraciones oficiales del Día Internacional de las Mujeres tuvieron lugar en 1975 con la institución de las Naciones Unidas del Año Internacional de las Mujeres, en un periodo ya de democracia. En los primeros años las conmemoraciones se centraban esencialmente en la reivindicación de derechos políticos y jurídicos. Es más, las manifestaciones de mujeres se diluyen en los movimientos más generales por mejores condiciones de vida. En el caso portugués, una de las grandes luchas que marcó el movimiento feminista y que llevó a la cohesión de las diversas corrientes fue la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo, la cual no entró en vigor hasta 2007. A partir de la década de 1990 la temática de la violencia doméstica y la paridad entre hombres y mujeres en las más diversas áreas profesionales, con énfasis en el dominio político, marcan la agenda de los movimientos de mujeres y/o feministas.

Opciones Metodológicas

Este estudio trata sobre la evolución de los discursos periodísticos sobre el Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa. El *corpus* de análisis está compuesto por los artículos publicados sobre las conmemoraciones de la efeméride en dos periódicos diarios generalistas de gran tirada – *Jornal de Notícias* (JN) y *Diário de Notícias* (DN).¹⁵ Intentamos escoger dos medios que existiesen en 1975, año en el que se celebra por primera vez en régimen de libertad la efeméride, y que se mantuviesen hasta la actualidad en la lista de los más leídos y vendidos, pues solo de esta forma seríamos capaces de trazar una evolución de las narrativas periodísticas desde su génesis. De este modo, seleccionamos las piezas noticiosas (textos y fotografías) relativas a la efeméride, publicadas en estos periódicos de 1975 a 2007, Año Europeo de la Igualdad de Oportunidades para Todos. En términos de periodo temporal nos centramos en los primeros 10 días de marzo, ya que la efeméride se celebra el día 8 y algunos periódicos suelen relatar el acontecimiento los días que lo preceden o posteriormente. Además, los eventos realizados por las diversas organizaciones de la sociedad civil también se concentran en este periodo temporal. En términos metodológicos, en una primera fase y para hacer la recopilación de todo el material (727 artículos) recurrimos al análisis de contenido, a través de una parrilla con diversas variables usando el *Statistical Package for Social Science*. En una fase

¹⁵ Según los datos del Anuario de la Comunicación 2005-2006 del OBERCOM – Observatorio de la Comunicación (2006), que se basa en el *Bareme Imprensa de Marktest* y en los datos de la Asociación Portuguesa para el Control de Tirada y Circulación (APCT), en la lista de las cinco publicaciones periódicas más leídas encontramos el *Jornal de Notícias* y el *Diário de Notícias*.

posterior y con el objetivo de profundizar algunas de las piezas noticiosas y entender los significados transmitidos en los discursos periodísticos utilizamos el análisis crítica de discurso (Van Dijk, 1988) y la socio-semiótica (Kress & Van Leeuwen, 1996; Machin, 2007).

Algunos trazos de la cobertura informativa del Día Internacional de las Mujeres

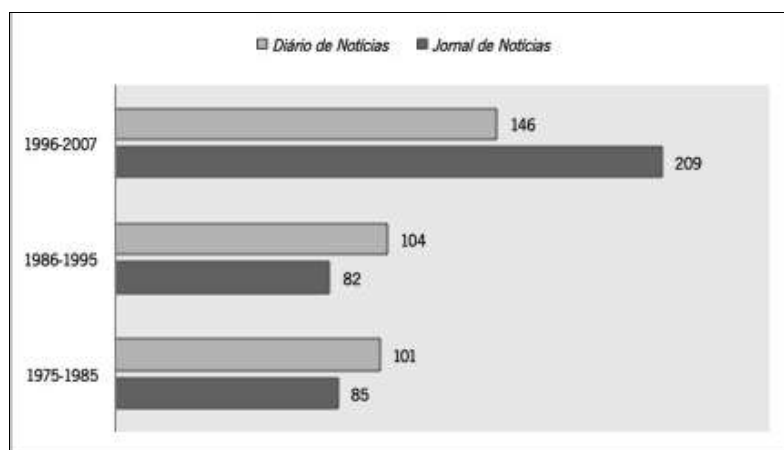
En este artículo tenemos como objetivo trazar una mirada analítica sobre la forma como la prensa, concretamente dos periódicos diarios nacionales de ámbito generalista, han representado la efeméride del Día Internacional de las Mujeres en Portugal. Debemos referir igualmente que en este análisis observamos las narrativas periodísticas como aquellas compuestas por textos e imágenes, vertiente esta que nos permite hacer determinados cruces que consideramos fundamentales, ya que los discursos periodísticos contemplan varias formas de lenguaje.

A lo largo de los 32 años de análisis encontramos 727 artículos encuadrados en el ámbito de la cobertura informativa del Día Internacional de las Mujeres, lo que revela que estas temáticas han estado bien presentes en estos periódicos. En lo que concierne a la evolución informativa por décadas, si en las dos primeras es visible un equilibrio en el número de artículos, a partir de 1996 se asiste a un aumento expresivo de la cobertura periodística (Gráfico 1).¹⁶ Una de las bases que puede servir de explicación para este resultado es la realización de la Conferencia de Pequín, en 1995, como marco impulsor de un cambio de paradigma en la forma de encarar las cuestiones relativas a la igualdad de género a nivel internacional. Esta toma de posición colectiva tuvo impacto en las políticas de varios países, donde se incluye Portugal (CIDM, 2005). En este ámbito podemos, por ello, destacar el debate iniciado a nivel nacional sobre las cuotas en la política, el cual se realizó por primera vez con ocasión del Día Internacional de las Mujeres. En paralelo, es precisamente en 1996 cuando Jorge Sampaio es elegido Presidente de la República. Su mandato se caracteriza por el homenaje anual a diversas mujeres, habiendo ganado mayor proyección pública las acciones de Estado vinculadas a la efeméride. Además, es también en esta década cuando empiezan a emerger en el espacio público las cuestiones vinculadas a la violencia doméstica, las cuales tienen regularmente cobertura periodística. Por lo tanto, se puede cuestionar si este aumento de visibilidad estará relacionado con una mayor organización de las fuentes informativas relacionadas con estas temáticas o si, por otro lado, es resultado del aumento de la investigación de los propios medios de comunicación social.

¹⁶ Cabe destacar que si contabilizamos únicamente las piezas noticiosas de 1996 a 2005, con décadas comparables en términos de análisis, excluyendo por tanto los dos últimos años, tenemos 303 noticias, un número muy superior a las 186 presentadas en las dos décadas anteriores.

No obstante, cabe destacar que un mayor número de artículos no es necesariamente sinónimo de una mayor y más profunda cobertura informativa.

Gráfico 1: Evolución del número de artículos por décadas en los periódicos (N=727)



Fuente: Cerqueira, 2012

Debemos referir que en un plano más relacionado con el contenido, si en sus orígenes se (re)presenta como reivindicación, revelando la gran actividad de los actores/actoras sociales involucrados, recientemente se muestra como un evento meramente simbólico. Verificamos, por lo tanto que, en los primeros años de conmemoraciones las noticias emergían en el seno de la controversia social de la altura, la cual planteaba públicamente la necesidad de mejores condiciones de vida y de la igualdad entre hombres y mujeres en términos del mercado de trabajo y del acceso a diversas esferas. Las mujeres aparecen aquí como grupo, colectividad, de forma bastante homogénea, estando presente muchas veces un discurso paternalista, sobre todo en la voz de los hombres vinculados al sistema que se posicionan en la lucha por la igualdad de género. Damos como ejemplo una noticia del *Diário de Notícias* del 8 de marzo de 1975 que tiene como titular ‘Se celebra hoy en todo el mundo el día de la mujer trabajadora’ y que refiere el hecho de que la efeméride sea dirigida a las mujeres que trabajan fuera de casa o que poseen una remuneración.

Es más, este hecho nos remite al tipo de feminismo presente en la cobertura informativa de la efeméride. En este campo, se puede mencionar la existencia de un feminismo marxista/socialista presente, sobre todo, en las primeras manifestaciones, en el cual las mujeres forman parte de la lucha por la emancipación de la clase trabajadora, como parte del combate contra el capitalismo. Ejemplificativas de esta corriente son las piezas que destacan las conmemoraciones del Día de la

Mujer Trabajadora y que enfatizan las manifestaciones de calle de los sindicatos y organizaciones de mujeres. Por ejemplo, en el primer año de conmemoraciones inscrito en nuestro análisis, verificamos que ese es el mensaje presente en los dos periódicos. En el *Jornal de Notícias* del 8 de marzo de 1975 puede leerse como título: 'Día Internacional de la Mujer: Es urgente liberar al subproletariado'. Este mensaje va desapareciendo a medida que la convulsión política se va atenuando, acabando por quedar oscurecida en el seno de las conmemoraciones y, consecuentemente, de la cobertura informativa.

A la par de esta, surge el feminismo liberal, el cual reivindica más leyes de paridad, por el entendimiento de que estas permitirán erradicar las asimetrías de género vigentes. Este también es muy visible en los primeros años, incluso porque en 1975, en Portugal, las mujeres no tenían acceso a varias profesiones y la ley de la familia las remitía a un papel de sumisión de cara al marido. El núcleo apologetico de este tipo de feminismo censura las especificidades vividas por las mujeres (Pateman, 1997), ya que pretende hacerlas iguales a los hombres en términos de derechos. Valora el encuadramiento jurídico, pero ignora que las transformaciones legales no son garantía del cambio en términos de dinámicas sociales (Cerqueira & Cabecinhas, 2012).

El feminismo tildado de radical no llega a ganar voz en estos medios de comunicación *mainstream*, a no ser con el planteamiento de las cuestiones de derechos sexuales y reproductivos, concretamente con la lucha por la despenalización del aborto. Debemos mencionar también que la lucha por la despenalización del aborto tuvo además un frente muy visible vinculado a la corriente liberal, relacionada con el cambio de las normativas legales, siendo esta la cara más visible en la cobertura periodística de la temática.

Con el paso de los años pasa a imperar la corriente liberal, la cual se considera más moderada, y por eso tiende a ser socialmente más aceptada, o sea, posee un ideario que genera más consenso público (Álvares, 2007; Nogueira, 2001). La retórica del postfeminismo, caracterizado por la valoración de una mujer empoderada y que es capaz de triunfar en un mundo 'dominado por hombres' también asume un gran realce en estos periódicos (Dean, 2010). Nuestras conclusiones se presentan, así, en la línea de los trabajos desarrollados por Cláudia Álvares (2007) sobre el contexto portugués.

En términos de resultados también es de destacar que los asuntos pertinentes para las noticias sobre el Día Internacional de las Mujeres son la igualdad, definida como la capacidad para invertir los papeles tradicionales de género. Si por un lado el poder se conceptualiza como el talento para penetrar en la esfera pública (de ahí la asociación de la efeméride al trabajo), en el que las mujeres aparecen con características tradicionalmente asociadas a lo 'masculino', es decir, como casos excepcionales. Hay además una especie de fusión entre la 'masculinidad' y 'feminidad', la cual es muchas veces destacada. Ejemplificando, en una noticia del *Jornal de Notícias* del 9 de marzo de 2007

con el título ‘Ejército, Marina y Fuerza Aérea celebran el Día de la Mujer’ está la referencia al hecho de que estas mujeres son un ejemplo de éxito en un área en la que existen muy pocas, al mismo tiempo que se alude al ‘pelo cuidadosamente peinado’ de la entrevistada o a la forma de conciliar la esfera familiar y profesional a través de la expresión ‘con la alianza de boda aún reluciente en el dedo...’. En las piezas noticiosas se da esta visión dicotómica del mundo (público/privado; hombre/mujer; familia/carrera), como si ellas tuviesen que ser responsabilizadas de la conciliación. “Ser supermujer en casa y en el trabajo está generando desequilibrios. Las portuguesas se encuentran cansadas y comen mal, a pesar de estar informadas”, se puede leer en el *Diário de Notícias* de 8 de marzo de 1995, en una noticia que tiene como título ‘Y Eva comió la manzana’, lo que merecería una profundización en términos de la connotación de la mujer como fuente de pecado.

En este dominio, podríamos referir una visión dicotómica presentada por los periódicos en el que las mujeres o son objeto de la fatalidad a la que están sujetas y no salen de su situación de subalternidad o son seres ‘especiales’ y que logran triunfar. En el segundo caso el encuadramiento dado por los periódicos destaca una retórica de la meritocracia, poniendo siempre el acento en las justificaciones dadas por las mujeres que consiguieron alcanzar determinado lugar. Uno de los ejemplos de este tipo de discurso está presente en una pieza del *Diário de Notícias* del 8 de marzo de 2006 con el título “Solo una mujer está presente en las grandes empresas que cotizan en bolsa”. En esta noticia una de las fuentes escogidas es precisamente la mujer protagonista, la cual refiere: “Por fortuna, nunca sentí ninguna presión en mi carrera por el hecho de ser mujer”.

Desde que la temática de la violencia, sobre todo doméstica, entró en la esfera pública en Portugal, es decir, a partir de la década de 1990, los medios de comunicación suelen aprovechar esta efeméride para presentar datos estadísticos o casos llamativos. En la representación de las mujeres como víctimas visibles en estos periódicos, se destaca el estereotipo ‘femenino’ conectado a la expresividad y dependencia. Las narrativas apelan al lado emocional y comienzan una ‘narrativa de las pobrecitas’ (Silveirinha, 2004), sin hacer una problematización de este flagelo social. Por ejemplo, en el *Jornal de Notícias* del 8 de marzo de 2006 hay un gran reportaje en el que se apela al impacto con relatos de una víctima. Con el título “No me quiere, no me quiere, no me quiere”, esta presenta y cita uno de los relatos de una fuente que menciona: “el marido la obligaba a prostituirse por una cajetilla de tabaco, pero María parece que no sabe muy bien lo que eso significa...”.

Las mujeres como especialistas en determinada área continúan sin ser las detentoras de la palabra. Simultáneamente, las mujeres anónimas y las asociaciones feministas y de promoción por la igualdad de género son casi silenciadas por la prensa. Verificamos un desigual acceso de los actores a los medios de comunicación social. A lo largo del análisis diacrónico que comenzamos percibimos una

mayor visibilidad e incluso permanencia constante de determinado tipo de asociaciones en la arena mediática. O sea, si algunas organizaciones de la sociedad civil logran constituirse como fuentes de la información, la mayoría no tiene gran visibilidad, lo que nos lleva a cuestionar también el tipo de iniciativas realizadas y las estrategias de comunicación utilizadas.

Inicialmente se resalta la presencia del colectivo ‘mujeres’, lo que demuestra falta de visibilidad y diversidad de papeles existentes en la sociedad portuguesa. El colectivo ‘mujer’ de los años 70, 80 empieza ya en la década de los 90 a dar lugar a la individualización. En este sentido, cuando los periódicos nos presentan a la ‘mujer postfeminista’, la caracterizan como individualista, sofisticada y con poder de elección (Thornham, 2007). Es por ello que la imagen de la mujer/madre/esposa/ama de casa parece haber sido sustituida por imágenes de mujeres exitosas, ambiciosas y decididas, mujeres excepcionales que consiguieron triunfar en un mundo marcadamente ‘masculino’. Las cuestiones estructurales que están en la base de las desigualdades vividas no son, por eso, destacadas. Sin embargo, estas mujeres ideales se presentan como si estuviesen en una esfera diferente de la mayoría – son la minoría exitosa dentro del grupo dominado. Estos discursos, en los que se subraya una especie de distanciamiento relativamente al grupo de pertenencia demuestran que la excepcionalidad es subrayada por el esfuerzo y determinación individual, cruzándose en algunos casos con la asunción de valores igualitarios que absorbieron las situaciones de desigualdad perpetuadas (Oliveira & Amâncio, 2002; Nogueira, 2006). Estos discursos aparentemente emancipadores generan contradicción y “la libertad de las mujeres permanece, así, condicionada, y el cambio social controlado [...]”. (Amâncio, 2002: 65).

Otro aspecto a realzar en este análisis es el modelo global de mujer presentado en las fotografías y que parece indisociable de la noción de cuerpo femenino, esto es, de la valorización de los aspectos estéticos. Aún en lo que concierne a las imágenes escogidas, en muchos casos estamos hablando de fotografías conceptuales que acompañan las narrativas, sin servir como una ilustración del texto, pero creando una dificultad de identificación del contexto de la representación. Cuando las mujeres están en el centro de la fotografía aparecen muchas veces en posiciones estáticas y sobre todo en los últimos años aparecen más solas que en grupo, apuntando a la ausencia del poder y acción colectivos.

Existe el conflicto o la intersección entre la agenda política y de los movimientos, es decir, por un lado los medios de comunicación presentan una polarización entre lo que está establecido (por ejemplo, a través del recurso a fuentes gubernamentales) y quien protesta (por ejemplo, activistas). Por otro lado, para las organizaciones no gubernamentales que reivindican derechos y que aprovechan la efeméride ha sido más fácil entrar en la agenda periodística cuando se trata de

temáticas que están marcando la agenda política (como ejemplos tenemos la ley de la paridad y de la despenalización del aborto).

El abordaje internacional de la efeméride está casi ausente, con excepción de los primeros años de análisis o cuando se recuerda la génesis del día. Se verifica que solo existe un cruce cuando los medios de comunicación reciben noticias a través de las agencias internacionales, recurriendo cada vez menos a la investigación.

Pese a que las cuestiones de los derechos de las mujeres sean actualmente parte del discurso público, cuando se pone el acento en el feminismo aún existe un estigma muy grande asociado a la palabra y a sus activistas, pues parece que en las narrativas periodísticas se muestra aún que se trata de una lucha únicamente de mujeres. No podemos, sin embargo, olvidar el hecho de que la cobertura informativa esté mejorando en términos de la representación de estas asociaciones y grupos, revelando un mayor conocimiento y contribuyendo a dar credibilidad y legitimar la causa feminista. Pensamos que esta alteración podrá estar sucediendo por el hecho de que las organizaciones tengan cada vez más estrategias de comunicación definidas, creando redes de contactos con los medios de comunicación y usando formas más apelativas para superar los filtros periodísticos.

En lo que se refiere a cuestiones relacionadas con la sexualidad, verificamos que la heteronormatividad marca los discursos. Estos periódicos nunca plantean siquiera otro tipo de relaciones y cuando abordan la cuestión de la conciliación o conflicto familia/trabajo, pregunta muy frecuente para las mujeres consideradas exitosas en la esfera pública, inciden siempre en el matrimonio, en los hijos y en lo que ellas logran hacer de modo diferente, acentuando el vínculo a lo biológico.

Mujeres que destacan en la cobertura periodística

Teniendo como centro de estudio la efeméride del Día Internacional de las Mujeres, en este análisis también queremos presentar una especie de tipología de ‘modelos de mujer’ que vemos representada en estos periódicos diarios generalistas nacionales a lo largo de las tres décadas de análisis:

Un primer modelo es el que llamamos Mujer-Excepción, o sea, cuando recurren sucesivamente a mujeres-excepción nos remiten al hecho de que, globalmente, las mujeres continúan confinadas a tareas social y culturalmente consideradas poco interesantes. Por lo tanto, en la concepción de Camps (2001), el reconocimiento no se hace en base a la individualidad que se le reconoce, pero en el hecho

de ser mujer. De ahí que ellas continúen siendo presentadas siempre por lo que 'son', mujeres, y no con el énfasis en las acciones efectuadas (Gallego, 2013).

El modelo de Mujer-Mártir, sufridora, víctima de su propia existencia. Vive los lamentos que el destino le reserva, también está presente en estos periódicos, concretamente por la asociación a los casos de violencia doméstica.

Un tercer modelo fue el que llamamos Mujer-Superviviente, pues al contrario del modelo anterior es una activista que se manifiesta a favor de la transformación de las estructuras de poder desiguales existentes. Ella tanto lucha en el medio de los hombres por condiciones más generales, como está presente en manifestaciones por cuestiones más específicas como, por ejemplo, por la despenalización del aborto.

Un último modelo es la Mujer-Complemento, la cual aparece, pero no tiene una identidad independiente. Este modelo de mujer hace justicia al dicho popular 'detrás de un gran hombre está una gran mujer'. Pueden así ser definidas como mujeres-sombra, a pesar de su extrema visibilidad en la esfera mediática. Uno de los ejemplos encontrado en el análisis efectuado es el de las 'primeras-damas', las cuales tiene voz en el ámbito de la efeméride para contar las experiencias en la función que desempeñan, la cual es complementaria. Ellas mismas asumen que nunca quisieron quitar el protagonismo a los maridos, dedicándose a temáticas consideradas tradicionalmente más propias para su dominio, tales como los asuntos sociales y de educación.

Estas tipologías revelan así que las mujeres que aparecen en la prensa, y en estos periódicos en particular, acaban por rasgar la diversidad de mujeres y experiencias existentes, encajonándolas, encerrándolas en trazos que las homogenizan. En el escenario de la visibilidad caben solo molduras que encajan en los papeles socialmente aceptados – más antiguos o más recientes – y que no salen de dicha normalidad. Ellas siguen agradando a los hombres, a la familia y a la sociedad porque van acumulando los papeles, entrando en áreas nuevas, pero sin haber salido nunca de otras. En los casos en los que ni llegan a entrar hay esa ambición ese vislumbrar de conciliación entre el trabajo y la familia. Se verifica una internalización de papeles que sitúa las posibles transformaciones en el dominio de las elecciones personales, sin perspectivar las dinámicas sociales. Ya las mujeres anónimas presentan una entrada casi nula en el escenario de la visibilidad periodística. Si en el día a día de la información son silenciadas (Lobo, 2011), en el ámbito de la efeméride se mantienen en la sombra (Cerqueira, 2012).

Notas finales

Es más, estos resultados nos hacen cuestionar: ¿dónde está la verdadera polifonía en el espacio público y cómo se fomenta por los medios de comunicación *mainstream*? ¿Cómo contornar los filtros de la agenda periodística? ¿Qué papel desempeñan Internet y las redes sociales en esta lógica de negociación con los públicos? Estas podrían ser algunas de las cuestiones según las narrativas encontradas en estos periódicos y que nos llevan a hablar de algunos cambios, pero también de muchas persistencias y algunas reconfiguraciones discursivas, sobre todo por la apuesta en narrativas que se orienten por lo ‘políticamente correcto’.

No podemos olvidar los efectos sociales de estas representaciones, los cuales mantienen el orden social y el sistema y solo en diminutos casos cuestionan el poder hegemónico, dejando poco margen a las posibilidades para la acción de las actoras sociales. Además, es como si las desigualdades de género fuesen responsabilidad de las propias mujeres, haciendo invisible el papel de la ideología patriarcal y de las estructuras sociales, las cuales engloban a todos los individuos.

Concluyendo, podemos afirmar que, a pesar de predominantes, las representaciones estereotipadas de lo femenino coexisten con representaciones que invierten los papeles tradicionales de género, perpetuando una ambivalencia entre discursos dominantes y discursos de resistencia, siendo esta mucho más visible en las narrativas recientes, las cuales aparecen enmascaradas por lo políticamente correcto. Es en los meandros de estos discursos contradictorios donde se emprende la lucha mediática de la efeméride. A propósito, en una comunicación reciente, Gaye Tuchman intentó reflexionar sobre la forma como el género y los medios de comunicación se modificaron desde 1978, momento en el que editó el libro *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, uno de los pioneros en esta área de investigación. La socióloga dijo que se quedaba “sorprendida al ver cuánto ha cambiado— y, también, cuánto ha quedado igual” (2009: 15). Este fenómeno ha sido muy estudiado en el campo de los estereotipos sociales, donde y a semejanza de los ‘nuevos racismos’ se habla de los ‘nuevos sexismos’, los cuales poseen un lenguaje aparentemente menos discriminatorio, pero esta alteración solo sucede en la superficie, ya que a estos grupos continúa sin serles “atribuido el estatuto de ‘persona’ en su plenitud y diversidad” (Cabecinhas, 2007: 282). Pensamos que estas conclusiones justifican la pertinencia de los estudios feministas de los medios de comunicación en la actualidad, en un tiempo marcado por la cultura popular postfeminista, por el neo-liberalismo, donde las narrativas parece que centran el poder de agencia en los sujetos, pero no dejan de ejercer sobre ellos un control sutil que contribuye al mantenimiento del *status quo*. Es en este sentido en el que consideramos que es fundamental deconstruir los mensajes periodísticos difundidos, contribuyendo al desarrollo de un sentido crítico refinado.

Referencias Bibliográficas

- Álvares, C. (2007). The Representation of the Feminine in the Portuguese Press: A Content Analysis of the Diário de Notícias Newspaper. In: *European Communication and Research Association (ECREA) Symposium*, 11 y 12 de octubre. Bruselas: Bélgica. [Online], disponible: http://sections.ecrea.eu/Brussels07/papers/alvares_p.pdf [Accedido 03 julio 2013].
- Álvares, C. (2010). Tracing Gendered (In)visibilities in the Portuguese Quality Press. In: Krijnen, T.; C. Alvares, C. & Van Bauwel, S. (eds.). *Gendered Transformations. Theory and Practices on Gender and Media*. Bristol: Intellect. pp.25-42.
- Amâncio, L. (2003). O género nos discursos das ciências sociais. *Revista Análise Social*, vol. 38, no. 168, pp.687-714.
- Ashley, L. & Olson, B. (1998). Constructing Reality: Print Media's Framing of the Women's Movement, 1966-1986. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 75, no. 2, Summer, pp.263-276.
- Barakso, M. & Schaffner, B. (2006). Winning Coverage: News Media Portrayals of the Women's Movement, 1969-2004. *The International Journal of Press/Politics*, vol. 11, no. 4, pp.22-44.
- Barreno, M.I. (1976). *A Imagem da Mulher na Imprensa*. Lisboa: Comissão da Condição Feminina.
- Betterton, R. (1987). *Looking On, Images of Fertility in the Visual Arts and the Media*. Londres: Pandora.
- Boorstin, D. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Nueva York: Harper Colophon Books.
- Burd, G. (1989). Mass Media Coverage of Conflict and Civil Disorder: Pseudo-events as Agents for Change. *African Journalism Studies*, vol. 10, no. 1 y 2, pp.165-178.
- Byerly, C. & Ross, K. (2006). *Women & Media: A Critical Introduction*. Malden: Blackwell.
- Cabecinhas, R. (2007). *Preto e Branco: A naturalização da discriminação racial*. Oporto: Campo das Letras.
- Camps, V. (2001). *O Século das Mulheres*. Lisboa: Editorial Presença.
- Carey, J. (1986). The Dark Continent of American Journalism. En: Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.). *Reading the News*. Nueva York: Pantheon Books. pp.146-197.
- Carter, C. & Steiner, L. (2004). *Critical Readings in Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press.
- Cerqueira, C. (2008). A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. *Observatório (OBS) Journal*, vol. 5, no. 1, pp.139-164.
- Cerqueira, C. & Cabecinhas, R. (2012). Políticas para a igualdade entre homens e mulheres nos media: da (inov)ação legislativa à mudança social. *Ex Aequo*, no. 25 (Dossier temático: Políticas de igualdade sexual em Portugal: evoluções, instrumentos e protagonistas), pp.105-118.

Cerqueira, C. (2012). *Quando elas (não) são notícia: mudanças, persistências e reconfigurações na cobertura jornalística sobre o Dia Internacional da Mulher em Portugal (1975-2007)*. 572p. Tesis (Doctorado en Ciencias de la Comunicación, especialidad de Psicología de la Comunicación). Universidade do Minho, Braga.

Comissão para Igualdade e para os Direitos das Mulheres (CIDM), (2005). *Estratégias Internacionais para a Igualdade de Género: a Plataforma de ação de Pequim (1995-2005)*. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.

Dean, J. (2010). Feminism in the Papers. *Feminist Media Studies*, vol.10, no. 4, pp.391-407.

Díez, P. (2005). *Representación de Género en los informativos de radio y televisión: Segundo Informe*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión. [Online], disponible: <http://www.rtve.es/oficial/iortv/SegundoInforme.pdf> [Accedido 15 marzo 2013].

Faludi, S. (1991). *Backlash. The Undeclared War Against Women*. Nueva York: Crown Publishers.

Farré, J., et al. (1998) *Telediario y género: la presencia de la mujer en los telediarios*, Barcelona: Institut Català de la Dona. [Online], disponible: http://www.ia.upf.es/formats/formats2/far_e.htm <http://www.rtve.es/oficial/iortv/SegundoInforme.pdf> [Accedido 26 octubre 2013].

Fidalgo, M.V. (2002). *Menina e Moça: um ideal de formação feminina: 1960-1970*. Lisboa: CIDM.

Gallagher, M. (1981). *Unequal Opportunities: The Case of Women and the Media*. París: UNESCO.

Gallagher, M. (2001). *Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books.

Gallagher, M. (2006). Perspectiva feminista sobre os media. *Ex aequo*, no. 14, pp.11-34.

Gallego, J. (2009). Género e representação pública: realidades e desejos. En: Silveirinha, M. J. (Org). *Género Media e Espaço Público, Revista Media & Jornalismo*, vol. 8, no. 2, pp.43-54.

Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: motor o rémora para la igualdad*. España: Aresta.

Gill, R. (2007). *Gender and The Media*. Cambridge: Polity Press.

Gorjão, V. (2007). Oposição feminina (?), oposição feminista (?) ao Estado Novo. En: L. Amâncio, L. et al. (Org). *O longo caminho das mulheres: feminismos 80 anos depois*. Lisboa: Dom Quixote, pp.108- 123.

Grever, M. (1997). The Pantheon of Feminist Culture: Women's Movements and the Organisation of Memory. *Gender and History*, vol. 9, no. 2, August, pp.364-374.

Haraway, D. (1991). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. In: D., Haraway, D. (ed.) *Symians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. Nueva York: Routledge, pp.183-202.

Kaplan, T. (1985). On The Socialist Origins of International Women's Day. *Feminist Studies*, vol. 11, no. 1, Spring, pp.163-171.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Londres: Routledge.

Lazar, M. (2005). *Feminist Critical Discourse Analysis. Gender, Power and Ideology in Discourse*. Londres: Palgrave Macmillan.

- Lobo, P. (2011). *Desigualdades de género no acesso à esfera pública - Uma análise crítica dos conteúdos noticiosos televisivos*. 287p. Tesis (Doctorado en Ciencias de la Comunicación, especialidad de Psicología de la Comunicación). Universidade do Minho, Braga.
- Machin, D. (2007). *Introduction to Multimodal Analysis*. Londres: Hodder Arnold.
- Magalhães, M.J. (1998). *Movimento feminista e educação: Portugal, década de 70 e 80*. Oeiras: Celta Editora.
- McCombs, M. & Reynolds, A. (2002). News Influence on our Pictures of the World. In: Bryant, J. & Zilmann, D. (eds.). *Media Effects - Advances in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, pp.1-18.
- McNeil, J. (1975). Feminism, femininity and the Television Shows: a Content Analysis. *Journal of Broadcasting*, vol. 19, pp.259-269.
- Monteiro, T., & Policarpo, V. (2002). *As mulheres nos media portugueses: um estudo exploratório*. [Online], disponible: <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/> [Accedido 27 septiembre 2013].
- Mota-Ribeiro, S. & Pinto-Coelho, Z. (2005). Imagens de mulheres na imprensa portuguesa, In: *Actas do IV Congresso da SOPCO: Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação*, 20 y 21 de octubre. Aveiro: Universidade de Aveiro. [Online], disponible: <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/5742/1/20120120162824440.pdf> [Accedido 03 octubre 2013].
- Nogueira, C. (2001). *Um Novo Olhar sobre as Relações Sociais de Género. Perspectiva Feminista Crítica na Psicologia Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Nogueira, C. (2006). Os discursos das mulheres em posições de poder. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, vol. 9, no. 2, pp.57-72.
- Observatório da Comunicação (Obercom), (2006). *Anuário da Comunicação 2005- 2006* [Online], disponible: http://www.obercom.pt/client/?newsId=342&fileName=anuario_2005_2006.pdf [Accedido 27 octubre 2013].
- Oliveira, J. & Amâncio, L. (2002). Liberdades condicionais: o conceito de papel sexual revisitado. *Sociologia, Problemas e Práticas*, no. 40, pp.45-61.
- Pateman, C. (1997). Beyond the Sexual Contract. En: Dench, G. (ed.). *Rewriting the Sexual Contract*. Londres: Institute of Community Studies.
- Pimentel, I.F. (2001). *História das Organizações Femininas no Estado Novo*. Lisboa: Temas e Debates.
- Pimentel, I.F. (2007). O Estado Novo, as mulheres e o feminismo. En: Amâncio, L. et al. (Org.). *O Longo Caminho das Mulheres. Feminismos 80 anos depois*. Lisboa: Dom Quixote, pp.90-107.
- Plaza, J. & Delgado, C. (2007). *Género y comunicación*. Madrid: Fundamentos.
- Rhodes, D. (1995). Media Images, Feminist Issues. *Signs*, vol. 20, no. 3, Spring, pp.685-710.
- Robinson, L. (1978). *Sex, Class and Culture*. Nueva York: Methuen.
- Robledano, J. (2000). Documentación fotográfica en medios de comunicación social. En: Moreira, J. A. (ed.). *Manual de documentación informativa*. Madrid: Cátedra, pp.183-290.

Rojo, L. & Gallego, J. (1997). Argumentação e inibição: o sexismo no discurso dos executivos espanhóis. In: E. Pedro, ed. *Análise Crítica do Discurso – Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, pp.313-352.

Ross, K. (2009). *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Silveirinha, M.J. (2004). Os media e as mulheres: horizontes de representação, de construção e de práticas significantes. In: Silveirinha, M. J. (Org). *As mulheres e os media*. Lisboa: Livros Horizonte, pp.5-12.

Silveirinha, M.J. (2006). Introdução. *Revista ExAequo (Representações Mediáticas de Mulheres)*, no. 14, pp.5-9.

Silveirinha, M.J. (2009). Apresentação: De como tanto mudou e como tanto ficou na mesma. In: Silveirinha, M. J. (Org). *Género, Media e Espaço Público, Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo*, vol. 8, no. 15, pp.7-14.

Steeves, L. (2007). The Global Context of Women in Communication. En: Creedon, P. & Cramer, J. (eds.) *Women in Mass Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp.191-206.

Tavares, M. (2000). *Movimentos de Mulheres em Portugal, décadas de 70 e 80*. Lisboa: Livros Horizonte.

Tavares, M. (2011). *Feminismos: percursos e desafios (1947-2007)*. Lisboa: Texto Editores.

Tejedor, Y. (2007). Comunicando más allá de la dicotomía de género. En: Plaza, J. & Delgado, C. (eds.) *Género y Comunicación*. Madrid: Fundamentos, pp.169-188.

Thornham, S. (2007). *Women, Feminism and Media*. Edinburgo: Edinburgh University Press.

Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Nueva York: Free Press.

Tuchman, G. (1979). Introduction: The Symbolic Annihilation of Women by Mass Media. In: Tuchman, G. et al. (ed.). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. Nueva York: Oxford University Press, pp.3-38.

Tuchman, G. (2009). Media, género, nichos. In: Silveirinha, M. J. (Org.). *Género, Media e Espaço Público, Revista Media & Jornalismo*, vol. 8, no. 15, pp.15-24.

Van Dijk, T. (1988). *News Analysis – Case Studies of International and National News in the Press*. New Jersey: Laurence Erlbaum Associates Publishers.

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. Londres: Sage Publications.

Van Zoonen, L. (2010). Preface. En: Krijnen, T. et al. (eds.). *Gendered Transformations. Theory and Practices on Gender and Media*. Bristol: Intellect, pp.1-8.

Vicente, A. (1998). *Os poderes das mulheres, os poderes dos homens*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Vilches, L. (1993). *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós Editora.

Wackwitz, L. & Rakow, L. (2007). Got Theory? En: Creedon, P. & Cramer, J. (eds.) *Women in Mass Communication*. Londres: Sage, pp.257-272.

Capítulo 3

Periferia en vivo: democratización de los medios y socialización de la información a través del *Hip Hop maranhense*

Rosenverck Estrela Santos

El *Hip Hop maranhense* y sus actividades político-culturales

El *Hip Hop* en Maranhão tiene en el movimiento ‘Quilombo Urbano’ su principal referencia. ‘Quilombo Urbano’ es una organización de jóvenes negros y pobres, fundada en 1992, que desarrolla diversas clases de actividades de carácter político y cultural por los barrios de la periferia de São Luís – capital de Maranhão/Brasil. Su principal objetivo, según Dias (2002), es elevar la autoestima de estos individuos, así como emprender un proceso de resocialización de jóvenes involucrados en la criminalidad, despertando la conciencia crítica de los mismos.

El *Hip Hop* llegó a São Luís en el mismo período, inicio de 1980, y de la misma manera, vía industria cultural, que a otras ciudades brasileñas. Fue por medio de videoclips, películas, discos y revistas que los jóvenes *maranhenses* [naturales o habitantes de Maranhão] tuvieron los primeros contactos con el *Hip Hop*. Según Dias (2002)¹⁷, fue viendo películas *Flash Dance*, *Break Street*, *Beat Street*, en el antiguo cine Monte Castelo, entre los años 1983/1984, además de las presentaciones de Michael Jackson en la televisión, que parte de la juventud *ludovicense* [natural o habitante de São Luís] se interesó por un estilo de danza que más tarde vendrían a conocer con el nombre de *break*, pues hasta entonces, era llamada de ‘*dança americana*’.

Proceso semejante ocurrió en São Paulo, donde el *break* tuvo gran visibilidad, proporcionando incluso el surgimiento de grupos musicales de éxito, como el *Black Junior's*, que se presentaban en programas con auditorio. Este período es conocido, en el medio del *Hip Hop*, como la

¹⁷ Resaltamos que Hertz da Conceição Dias es el principal dirigente del Movimiento ‘Quilombo Urbano’ y uno de los precursores del *Hip Hop* en Maranhão.

‘fiebre del *break*’, pues esta danza podría ser vista en aperturas de telenovelas de la TV Globo, programas de televisión, videoclips de cantantes como Lionel Richie, Malcolm McLaren, entre otros. Ante este contexto, el *Hip Hop* se fue expandiendo por São Luís, a través de *break*, durante toda la década de 1980, con ascensiones (fiebre de *break*) y reflujos.

‘Quilombo Urbano’ ha utilizado la cultura *Hip Hop* (*break*, *grafiti* y *rap*) y su acción directa junto a las comunidades pobres para discutir y minimizar los problemas advenidos de las desigualdades sociales y étnico-raciales existentes en el medio urbano. Es en esta dirección que los precursores del *Hip Hop* buscaron las plazas de São Luís. El *Hip Hop* en São Luís, en este sentido, considerando el contexto social y urbano, se configura como una opción de resistencia político-cultural a la juventud negra y pobre, ya que los partidos políticos y otras organizaciones se distanciaron de los anhelos de cambio y de la creatividad de esa juventud.



Imagen1:Bandera del Movimiento *Hip Hop* Quilombo Urbano en la *Marcha da Periferia*, realizada en São Luís de Maranhão (Archivo Personal de Rosenverck E. Santos)

La búsqueda y valorización del espacio público, de la calle, del barrio, de la periferia pueden ser entendidas como un contrapunto al segregacionismo y a las formas de privatización de los medios urbanos. De acuerdo con Lamartine Silva, uno de los coordinadores del Movimiento *Hip Hop* organizado ‘Quilombo Urbano’, en entrevista al periódico ‘*Zumbido*’ del Centro de Cultura Negra de Maranhão – CCN, en septiembre de 1999, vivir en la periferia de São Luís, para este segmento joven, representaba una situación grave. Conforme Lamartine:

Hay en estos jóvenes un enorme vacío causado por la falta de autoestima racial, por el involucramiento con drogas [...] por la ausencia de compromiso y desesperanza con los problemas políticos del país. Todo eso los incitaa una rebeldía mal direccionada. (Zumbido, 1999: 8)

Percibimos en las palabras del entonces coordinador de ‘Quilombo Urbano’ una preocupación con las salidas destructivas y ‘mal dirigidas’ que la juventud *ludovicense* viabilizaba en el enfrentamiento a los problemas de opresión y desigualdades sociales y urbanas. Pero, consciente del papel que el *Hip Hop* debería ejercer ante esta juventud, Lamartine completa su charla:

Aun así, se percibe, en cada uno, una creatividad y un deseo de cambio propicio a llenar ese vacío. Es ahí que entra el Movimiento *Hip Hop* como opción y alternativa, ya que las estructuras, como partidos políticos, por ejemplo, no van al encuentro del anhelo de cambio y de la creatividad de la juventud. (Zumbido, 1999: 08)

Recordamos que el *Hip Hop maranhense*, en su inicio, no poseía ninguna forma organizativa consolidada. Entretanto, a partir del momento que experimentaron formas de subsistir en medio a las desigualdades culturales y sociales, estos jóvenes no sólo apuntaron para otro camino alejado de la violencia criminalizadora, sino también iniciaron las bases de la constitución futura de identidades sociales, subjetivas y de propuestas políticas de sociedad.

Al localizarse en las plazas de la ciudad, los integrantes del movimiento *Hip Hop* tuvieron acceso a un escenario donde ocurrían las principales manifestaciones políticas emprendidas por movimientos sociales, sindicatos, movimientos estudiantiles, movimiento negro y partidos políticos en la ciudad de São Luís. No quedarían inmunes a los discursos y reivindicaciones de estos sectores. Por lo tanto, la experiencia en las plazas y calles posibilitó una profundización de la consciencia social y política y la necesidad de aquellos jóvenes de buscar sus derechos sociales.

Conforme afirma Freire:

La cultura discriminada gesta la ideología de la resistencia que, en función de su experiencia de lucha, ora explica sus formas de comportamiento más o menos pacíficos, ora rebeldes, más o menos indiscriminadamente violentos, ora críticamente direccionados a la recreación del mundo. (1997: 31)

Con eso, entonces, evidenciamos que el surgimiento del *break*, del *grafiti* y, por consecuencia, del *Hip Hop* en São Luís está asociado, como en otras partes del mundo, no sólo a la influencia de la Industria Cultural, sino también a la búsqueda de distracción y como forma de resistencia a los problemas sociales, económicos y culturales vividos por las clases marginalizadas en el medio urbano.

No estamos diciendo que, en el inicio de la década de 1980, existía un sentimiento consciente de reivindicación social por parte de los *breaker's maranhenses*, como vendría a ocurrir en mediados de 1990, con la creación del Movimiento *Hip Hop* organizado 'Quilombo Urbano'. Entretanto, la proliferación del *break* y la posterior organización de 'Quilombo Urbano' se insertan en un panorama de búsqueda de alternativas culturales y, posteriormente políticas, a las desigualdades y jerarquías sociales producidas y reforzadas en el medio urbano brasileño, principalmente en los barrios periféricos.

La vida en la periferia impone una existencia marcada por la rutina, con graves limitaciones a las actividades de recreación, sea por las precarias condiciones de infraestructura de las ciudades, sea en virtud de la falta de dinero. De hecho, estos jóvenes cuentan con pocas posibilidades de diversión, de practicar deportes y de utilizar, de manera general, su creatividad. (Abramovay *et al.*, 1999: 49)

Como expone Abramovay *et al.* (1999), vivir en la periferia impone restricciones socioeconómicas y de actividades recreativas que producen, muchas veces, salidas destructivas como asaltos, uso de drogas y formación de bandos de *pichadores*¹⁸. Estos fenómenos sociales que amplían la tensión, en forma de violencia, no dejan de ser consecuencias de la fuerte urbanización de las ciudades brasileñas, que viven un proceso de 'descolectivización'(Caiafa, 1994), donde los espacios públicos son cada vez más escasos y prohibitivos a los segmentos menos ricos y en sus lugares se erguen 'enclaves fortificados' (Caldeira, 2000) como clubes privativos, plazas comerciales, urbanizaciones privadas, etc., protegidos por aparatos electrónicos de seguridad, vigilantes armados y otros equipos y medios necesarios para mantener alejadas las clases subalternas.

Según Caldeira (2000), las ciudades brasileñas, teniendo como referencia São Paulo, pasan por un proceso donde se delinea este nuevo patrón de segregación urbana y social marcado por la privatización de los espacios públicos. Ante ese contexto, es que surge el Movimiento *Hip Hop*

¹⁸ *Pichadores* son jóvenes – en su gran mayoría, de barrios pobres periféricos – que escriben nombres ficticios en paredes de propiedades públicas y/o particulares utilizando tinta spray. Son muy discriminados, pues son vistos como depredadores del patrimonio público.

organizado de Maranhão ‘Quilombo Urbano’ con su lucha político-cultural contra los males enfrentados por los grupos marginalizados de las periferias de São Luís.

Entre las actividades desarrolladas, se destacan los Festivales de *Hip Hop*, que en el año de 2014 tendrá su 26ª edición. Ellos se caracterizan por presentaciones de todas las vertientes de la cultura *Hip Hop* pertenecientes a ‘Quilombo Urbano’ y de otras organizaciones, así como de grupos independientes, además de invitados de otras manifestaciones artísticas como el *reggae*, el *rock*, los grupos afros y los movimientos y grupos artísticos de otros estados brasileños. Los Festivales fueron creados para dar visibilidad y garantizar un espacio de comunicación y divulgación para nuevos grupos de *Hip Hop*, pues el espacio en los medios de comunicación *maranhenses* siempre ha sido reducido para el movimiento.

Al contrario de otros Festivales, este no es una competencia ni hay entrega de premios. Es apenas un espacio de espectáculos, de confraternización de varios estilos de *Hip Hop*: baile, música, arte visual. El primer Festival ocurrió en 1991 y el más reciente en noviembre de 2013. Son 25 Festivales de *Hip Hop* que ocurrieron en diversos espacios culturales y plazas públicas de la ciudad. Los dos primeros, en 1991 y 1992, aún eran denominados Festivales de *rap*, lo que caracteriza la importancia de este estilo musical al inicio del movimiento en Maranhão. Recordamos que ‘Quilombo Urbano’ sólo nacerá oficialmente en noviembre de 1992, lo que inviabilizó una mayor consciencia sobre la necesaria articulación entre los tres elementos de la Cultura *Hip Hop* en esos primeros Festivales. A partir de 1993, pasaron a ser nombrados Festivales de *Hip Hop*.

Los Festivales son de gran importancia para la historia del *Hip Hop maranhense*, pues fue a partir de ellos que ‘Quilombo Urbano’ estableció contactos más orgánicos con otras organizaciones de *Hip Hop* del país. Analizando los Festivales, percibimos también, *grosso modo*, el cambio de orientación política del movimiento en Maranhão. Eso se puede ver, por ejemplo, por medio de los patrocinios conseguidos, de los nombres de los grupos de *rap*, *break* y *grafiti* que participaban, de la ampliación de la función del Festival y de los Temas que pasaron a ser trabajados. Es decir, hubo una clara politización en la realización de los Festivales. Los primeros eran más vinculados a la diversión y a la presentación de espectáculos. Ya a partir del tercer Festival, los temas y las actividades eran más políticos.

Además de los Festivales, ‘Quilombo Urbano’ desarrolla los proyectos intitulados ‘*Ruas Alternativas*’ y ‘*Periferia Urgente*’, iniciados en la década de 1990, cuyo objetivo es difundir el *Hip Hop* en las periferias de São Luís, así como realizar actividades culturales, deportivas, educacionales y de recreación para los jóvenes involucrados con drogas y criminalidad. Dentro de esos proyectos, fue creado el “*Cinema*”, cuyo objeto es llevar el cine hasta la periferia y estimular el debate sobre la democratización de

los medios de comunicación. El proyecto '*Periferia Urgente*' fue desarrollado y articulado junto a la *Associação de Difusão Comunitária e Popular* – ADCP, una organización que articula diversos movimientos sociales y populares cuyo objetivo es la democratización de la comunicación en el Estado de Maranhão.

Junto a estos proyectos, 'Quilombo Urbano' tiene como acción ordinaria la creación de las '*posses*' y sus respectivas actividades. Las '*posses*' son asociaciones locales que reúnen los tres elementos del *Hip Hop* – *break*, *rap*, *grafiti* – y tienen como objetivo, *grosso modo*, promover la divulgación de los mismos, así como desarrollar trabajos sociales y políticos junto a las comunidades en donde están insertadas. En este sentido, las '*posses*' realizan actividades educativas, político-sociales y organizativas en varios barrios pobres de Brasil.

Las *posses* e constituyeron como un espacio propio, por el cual los jóvenes pasaron no sólo a producir arte, sino también a apoyarse mutuamente. Ante la desintegración de las instituciones tradicionales, como la familia, y la falencia de los programas sociales de apoyo, las *posses* se consolidaron en el contexto del movimiento *Hip Hop* como una especie de "familia forjada", por la cual los jóvenes pasaron a discutir sus propios problemas y a promover alternativas en el plan del arte. (Silva, 1999: 27)

Las '*posses*' funcionan como una especie de 'Círculo de Cultura'. En sus palabras, Freire (1982: 141) afirma que "Los Círculos de Cultura son precisamente esto: centros en que el Pueblo discute sus problemas, pero también en que se organizan y planifican acciones concretas, de interés colectivo".

Las '*posses*' en el *Hip Hop* brasileño son núcleos que reúnen grupos de *grafiti*, *break*, *rap* y habitantes de determinado barrio para discutir sus problemas inmediatos y organizarse para solucionarlos. Son también un espacio donde ocurre el perfeccionamiento del aspecto artístico, a partir de los ensayos colectivos, espectáculos y muestras de *Hip Hop*, pero sobretodo es un local organizado para seminarios, conferencias, grupos de estudios y deliberaciones acerca de las actividades a ser realizadas en los respectivos barrios.

Las '*posses*' funcionan en cualquier espacio liberado o conquistado, como escuelas, plazas, asociaciones de vecinos, clubes de madres, canchas deportivas o incluso en sedes propias. No hay estandarización de actividades o de las fechas de junta. Cada '*posse*', en su localidad, define en cuales fechas va a funcionar y cuales acciones serán desarrolladas. Una vez más resaltamos la similitud con la propuesta del 'Círculo de Cultura' de Paulo Freire, pues como notamos en sus palabras:

Él es una escuela diferente, donde no hay profesor, no hay alumno ni hay lección en el sentido tradicional. El *Círculo de Cultura* no es un centro de distribución de conocimientos, sino un local donde un grupo de camaradas – en una aula de una escuela, en una salita de una casa, a la sombra de un árbol o en una choza construida por la misma comunidad – se encuentra para discutir sobre su práctica en el trabajo, sobre la realidad local y nacional, [...]. (Freire, 1982: 145-146)

No estamos afirmando que el *Hip Hop* se inspiró en Paulo Freire para la constitución de las '*posses*', sino apenas delineando un paralelo que nos ayuda a comprender los objetivos y la forma de organización de varios grupos de *Hip Hop* en Brasil, además de situar la importancia pedagógica que ejercen las '*posses*' en el mismo sentido de los '*Círculos de Cultura*', como constatamos a partir de sus actividades.



Imagen 2: Los integrantes de la *posse* '*Cidade Olímpica em Legítima Defesa*' haciendo *grafiti* en la sede de la organización. (Archivo Personal de Rosenverck E. Santos)

Las '*posses*' son consideradas, por muchos investigadores del movimiento *Hip Hop*, como lo que hay de más articulado por parte de este movimiento para responder a las necesidades inmediatas de las comunidades pobres, así como un espacio fundamental de formación y politización de estos segmentos de jóvenes vinculados al *rap*, *break* y *grafiti*.

Em el transcurso de sus 25 años de existencia, 'Quilombo Urbano' ha organizado varias 'poses' por los barrios pobres de São Luís, entre las que destacamos: 'Denúncia de rua', 'Comuna de Palmares', 'Parlamento do Gueto', 'Família Armada da Periferia', 'Revolução das Ruas', 'Liberdade Sem Fronteira', 'Cidade Olímpica em Legítima Defesa' y 'Bancada Hip Hop'.

Todas esas 'poses', en el transcurso de la existencia del *Hip Hop maranhense*, realizaron actividades coordinadas por 'Quilombo Urbano'. Algunas en sintonía con los proyectos 'Ruas Alternativas' y 'Periferia Urgente', de los cuales ya hablamos, y otras actividades relacionadas específicamente a la formación de los cuadros del movimiento, además de debates acerca de los problemas locales con la juventud.

Mini-cursos, estudios acerca de drogas, racismo, machismo, socialismo, lectura de libros de Clóvis Moura, Joel Rufino dos Santos, Florestan Fernandes, Malcolm X, Trotsky, Lenin, además de discusiones sobre películas como 'Menace II Society', 'Panther', 'Boys in the Hood', 'New Jack City', 'La Guerre du Feu', 'Germinal' hicieron parte de la formación de los jóvenes comprometidos con el movimiento *Hip Hop* 'Quilombo Urbano'.

Toda esa gama de actividades y el resultado de ellas han proporcionado a este movimiento el reconocimiento nacional e internacional – incluso desarrollando actividades culturales y políticas en otros países, por ejemplo Francia.

El movimiento *Hip Hop* por la democratización de los medios y la producción de información

'Quilombo Urbano', en efecto, ha emprendido acciones que hacen una reflexión acerca de los estereotipos y estigmas producidos por diversas instituciones sociales, como iglesias, escuelas y los medios en general, que atribuyen a los jóvenes de periferia la total incapacidad de organizarse y de producir formas positivas de entretenimiento y cultura. Los medios de comunicación acaban por reforzar:

[...] el *status quo* del negro dentro de la sociedad brasileña, en la que él es puesto muchas veces como sirviente, dócil o bandido. Es una visión maniquea, construida a partir del discurso racial brasileño. Es como si el poder, manifestado a través de los medios de comunicación, no permitiera otra visión del negro (Ferreira, 2004: 24).

Los primeros pasos del *Hip Hop* en São Luís, en este sentido, no fueron fáciles, pues como destaca Costa:

La identidad de los jóvenes llamados “normales” viene siendo construida con gran inversión de los medios, representando una cierta juventud patrón de América. [...] A su vez, tales grupos tomados por “extraños” y fuera del orden, objetivados y subjetivados por discursos que los producen como “los otros”, son execrados porque representarían una amenaza al orden social existente.(2005: 15)

Por esa razón, *reggaeros*, *punk's*, raperos, *breakdancers* serán miras frecuentes de discriminaciones transmitidas, también, por los medios. En este sentido, el *Hip Hop* en São Luís no quedaría inmune, por lo menos en su principio, a ser estereotipado, asociando el movimiento a la violencia y al crimen. Inevitablemente, relacionamos este hecho a la persecución sufrida por el *funk* en Rio de Janeiro, relatada por Herschmann, y hacemos nuestra su indagación:

[...] cuando parte de la sociedad y de los órganos de seguridad pública claman por la interdicción de los bailes *funk*, o cuando se estigmatiza el *funkero* en los medios de comunicación de masa, ¿Qué se combate realmente: el *funk* o el segmento social que lo toma como importante forma de expresión social?(2005: 52)

En el mismo sentido, fueron prohibidas las ruedas de *break* en varias fiestas de la ciudad e innumerables presentaciones públicas en plazas de São Luís fueron interrumpidas por la acción de la policía. Identificamos algo muy parecido al ocurrido con el *funk* carioca y también con el *reggae maranhense*.

Entretanto, existió y aún existe, por parte de la prensa y de órganos públicos, una ambigüedad con relación a las expresiones artísticas producidas por los sectores marginalizados. Si por un lado existe prejuicio y discriminación, por otro, hay una necesidad de informar al público algo sobre las nuevas formas de arte y expresión surgidas en el seno de las clases populares, una búsqueda por más conocimiento sobre las mismas. Además, el interés de los medios no deja de derivar de la inserción de esas manifestaciones en el seno de clases más ricas. Fue lo que ocurrió con el *funk* y el *reggae*, respectivamente en Rio de Janeiro y Maranhão.

Por esa razón, en 1999, 'Quilombo Urbano' creó la '*Periafricana Produções*', con el objetivo de promocionar eventos culturales, además de articular y construir medios alternativos de comunicación con los jóvenes de la periferia, a ejemplo del programa '*Voz da Perifa*' en la Radio Comunitaria *Conquista* FM, que por muchos años fue uno de los únicos espacios de difusión del *Hip Hop* en São Luís de Maranhão.

Es dentro de esta concepción que, en una de las propuestas para la creación de un programa de *rap*¹⁹ en una radio comunitaria de un barrio pobre de São Luís, 'Quilombo Urbano' se manifiesta de la siguiente manera:

Radiodifusión comunitaria y cultura *Hip Hop* son binomios casi indisolubles en el proceso de democratización de la comunicación, socialización del conocimiento y lucha por ciudadanía en la sociedad brasileña. [...] Jóvenes que otrora canalizaban sus energías para el mundo del crimen, encuentran en el *Hip Hop* un instrumento para despertar la 'diosa de la sabiduría' que existe en todos los seres humanos. Hoy tenemos profesores, líderes comunitarios, columnistas de sitios de internet, fanzines, letristas, prestadores de servicios comunitarios, coordinadores de *posses*, etc. (*Periafricana Produções*, 2004: 2)²⁰

Según los jóvenes que participan del Movimiento *Hip Hop maranhense*, un programa de *rap* en una radio comunitaria es mucho más que un programa musical, pues abre la posibilidad a los jóvenes de organizarse, debatir y buscar soluciones para los problemas cotidianos. Pues, conforme la propuesta antes citada, para estos jóvenes:

[...] la mayoría de los medios de comunicación, de forma hipócrita e irresponsable, se ha atribuido el poder de juzgar y culpabilizar nuestra juventud como un juez sin corazón, que sentencia un reo sin testigo ni abogado. Por otro lado, se niega a realizar o apoyar iniciativas que se proponen a cambiar la realidad de aquellos que se encuentran en un mundo sin rumbo y sin futuro. (*Periafricana Produções*, 2004: 3)

¹⁹ El nombre del programa sería '*Periferia ao vivo*' [Periferia en vivo], pues remetería al proceso de divulgación y producción de informaciones, en tiempo real, por los jóvenes de periferia.

²⁰ Este texto se incluye en una propuesta de programa para la radio comunitaria *Descobriendo Saber*, una radio comunitaria de un barrio pobre de la capital *maranhense*. El programa sería controlado por la asociación de vecinos del barrio.

Entonces, como observamos, no hay una separación natural y diametralmente opuesta entre arte y política. Apenas los que quieren mantener sus privilegios culturales y económicos refuerzan tal idea. Para nosotros, en efecto, arte y política se integran en el *Hip Hop*, formando un todo orgánico, aunque no siempre armónico. En este sentido, la iniciativa de 'Quilombo Urbano' en proponer programas en radios comunitarias significa, ante todo, apostar en el fortalecimiento de las relaciones entre cultura y política, pues se percibe un nítido distanciamiento de la mayoría de los medios de comunicación con la cultura más politizada.

El *Hip Hop*, como hemos dicho desde el inicio de nuestras reflexiones, tiene como características dos aspectos: el artístico y el político.

Ante el expuesto, concebimos el *Hip Hop* como un movimiento político-cultural que puede posibilitar, a partir de sus acciones político-organizativas y culturales, una práctica educativa y cultural transformadora, consubstanciada en una lectura crítica y consciente de la realidad, en la valorización de una historia de lucha y resistencia de la población negra, así como en la constitución de formas alternativas de organización y difusión de informaciones acerca de la realidad de la periferia, objetivando la mejoría de las condiciones socioeconómicas inmediatas.

Como dice Abramovay *et al.*:

[...] estos jóvenes reaccionan a la exclusión buscando alternativas de sociabilidad cuyos trazos peculiares son la transformación de su propio estigma en elemento de identidad y la utilización ostensiva y violenta de este como forma de conquistar respeto. (1999: 143- 144)

Un punto importante a ser analizado, en este sentido, son los medios de difusión del *Hip Hop maranhense*. El *reggae* dispone de innumerables programas de radio y televisión controlados, en gran parte, por los propietarios de radio-vitrolas. El *reggae*, desde su fortalecimiento, se ha transformado en un emprendimiento comercial rentable, originando empresarios, los magnates del *reggae*, especialistas en la realización de eventos y conciertos de este ritmo, contribuyendo para su propagación.

El *Hip Hop* de São Luís, al contrario, siempre ha sido controlado por jóvenes que, antes de ser artista o empresarios, como ya analizamos, se consideraban militantes políticos y eso, de alguna manera, obstaculizó el crecimiento del mismo a cualquier costo. La preocupación con la politización y los mensajes a ser transmitidos estaba constantemente presentes, incluso, en las fiestas. Tan es así que los

únicos dos programas de radio, especializados en tocar *rap*, presentados por grandes emisoras comerciales fueron extintos en razón del tono político de las programaciones.

Sin sombra de dudas, la ausencia de programas de radio de gran audiencia y el proceso de politización del movimiento contribuyeron mucho para la escasez de espacios en donde habría posibilidad de oírse y conocer el *Hip Hop*. Sumado a eso, el gran reclamo del *reggae* y del *funk*, ambos en la gran prensa, también ha contribuido para este escenario en Maranhão. Con todo, en contrapunto al *reggae* y al *funk*, en São Luís, siempre han existido más grupos de *break*, *grafiti* y *rap* cantando en portugués, con letras propias y haciendo presentaciones en vivo.

Entretanto, el movimiento *Hip Hop* siempre ha buscado maneras de divulgar y difundir dicha manifestación por las periferias de la ciudad. Así siendo, en 2006, el ‘Quilombo Urbano’ y otras organizaciones de *Hip Hop* de la capital *maranhense* iniciaron la formación del ‘Fórum Metropolitano de *Hip Hop*’ pretendiendo deliberar acciones conjuntas y discutir cuestiones referentes a la realidad del movimiento *maranhense*. El inicio ocurrió por medio del ‘*I Seminário Metropolitano de Hip Hop*’, en octubre de 2006, teniendo la siguiente convocatoria expresada en un volante distribuido por los movimientos:

El lema siempre ha sido ‘precisamos de nosotros mismos’. Pero, lamentablemente, en los últimos años, el Estado, los grandes medios y el mercado capitalista han intentado apropiarse y despolitizar el *Hip Hop* nacional para transformarlo apenas en más una mercancía, como todas las otras, en los estantes de las tiendas de los *playboys*. Para contraponerse a esa situación, te estamos invitando a participar del *I Seminário Metropolitano de Hip Hop* [...] (Fórum Metropolitano de *Hip Hop*, 2006: 1)

La primera gran actividad del ‘Fórum Metropolitano’ fue la organización de la ‘*I Marcha da Periferia*’ ocurrida en noviembre de 2006 y que contó con aproximadamente 300 jóvenes de la periferia en una paseata por el centro de la capital. Otro evento realizado fue un acto-*show*, en la Plaza Deodoro, contra la criminalización del *Hip Hop* y de la juventud de periferia, ocurrido en junio de 2007, motivado por la presentación de un reportaje del programa televisivo ‘*Reportér Record*’, en el mismo año, que sugería la vinculación de la violencia con el *Hip Hop*.

Según el reportaje, la difusión del *rap*, con sus letras agresivas, jergas y palabrotas, estaría incentivando la juventud al crimen. El ‘Fórum Metropolitano’ también realizó una manifestación en frente a TV *Cidade*, retransmisora de *Record* en São Luís do Maranhão, por causa de aquel programa.

La relación con los medios, con los gobiernos, así como el proceso de avance de la industria fonográfica multinacional sobre los principales nombres del *rap* nacional, ha estado proporcionando inúmeros debates en el *Hip Hop* brasileño. ¿Estaría él dejando de ser un movimiento crítico de calle para volverse en más una mercancía, sin contenido político o social? ¿Los gobiernos finalmente cooptaron el *Hip Hop* institucionalizándolo y, por lo tanto, disminuyendo su margen de críticas al poder represor del Estado? ¿Las emisoras de televisión y radio, pese a las visiones estereotipadas del movimiento, han abierto espacio y exigido de artistas de *Hip Hop*, como Marcelo D2, MV Bill, o el mismo, Gabriel O Pensador, una suavización de sus letras a cambio de la divulgación de esos artistas, cerrando, por otro lado, espacios para grupos más críticos y, con eso, desvirtuando el real sentido del movimiento *Hip Hop*?

Estas son cuestiones que rondan actualmente el *Hip Hop* brasileño, existiendo fórums de debates en internet y encuentros nacionales y regionales que buscan delinear esas relaciones. En Maranhão el asunto de la despolitización y mercantilización del movimiento ha sido una de las preocupaciones evidentes de los organizadores del Fórum y eso puede ser vislumbrado también en los temas listados para el debate entre los movimientos, a saber: ‘La relación del *Hip Hop* con el Mercado y los Medios’ y ‘La relación con el gobierno: ¿Reforma o Revolución?’.

A propósito, esa es una temática recurrente en casi todo el *Hip Hop* brasileño, como evidencia el texto intitulado: “*Da política ao entretenimento: tensões entre o hip hop e mídia*”, de Bezerra e Rocha. Según estos autores:

Teniendo en cuenta el poder mediático, esa relación se vuelve ambigua, como se ha enfatizado. Para algunos integrantes del *hip-hop*, estar en los medios es ingresar en un sistema responsable por el capitalismo, que promueve la exclusión social y las desigualdades tan combatidas por el movimiento. Por otro lado, el *hip-hop* se utiliza del canal mediático para reivindicar su lucha contra el prejuicio, la opresión y las desigualdades. (2010: 75)

Los jóvenes integrados a ‘Quilombo Urbano’ emprenden, de esa manera, una crítica a la ideología dominante y a los mecanismos de difusión y reproducción de sus ideas. Los medios de comunicación, como uno de estos mecanismos, no quedarían inmunes a las críticas *hip-hopers*. En el primer informe de ‘Quilombo Urbano’, hay un texto que reafirma lo que estamos diciendo:

¿Será que somos capaces de revertir este cuadro que nos es tan desfavorable? ¡Es claro que somos! Pero infelizmente muchos de nuestros hermanos aún no

descubrieron el enorme potencial negro que existe dentro de nosotros. El motivo es la gran alienación y desinformación de que son víctimas hombres, mujeres y niños negros. (Informativo Quilombo Urbano, 1992: 3)

La población negra, además de la miseria en que vive, dice el texto, no consigue movilizarse debido a la alienación y desinformación a que está sometida por escuelas y por los medios de comunicación. Es en esta dirección que las actividades político-culturales y educativas de 'Quilombo Urbano' han estado contribuyendo para la formación de la identidad étnico-racial y las prácticas de comunicación alternativas de la juventud negra y pobre de São Luís.

Educación, cultura y comunicación en la formación de la identidad étnico-racial de los jóvenes en el *Hip Hop*

Por medio de sus acciones, los jóvenes integrados al *Hip Hop maranhense* han constituido una imagen positiva de sí mismos y, con eso, están rescatando otros valores, respaldados en historias de resistencia y lucha, diferente de las visiones estigmatizadas sobre la historia de la población negra en Brasil, así como sobre esos mismos jóvenes, generalmente asociados a la marginalidad, malandraje, con desinterés por los estudios y sin ninguna perspectiva de vida.

Es lo que observamos en el informe de 'Quilombo Urbano' que dice lo siguiente:

Para completar, millones y millones de negros son diariamente contaminados por el virus televisivo. En las programaciones de la televisión es dado a los negros los papeles más ridículos, de subalternos, marginales, drogadictos, empleadas domésticas de personas blancas, pésimos ejemplos para hermanos que ven e, inconscientemente, acaban creyendo que los negros nacieron para ser eternamente subordinados a los hombres blancos. Son por esos motivos que Quilombo Urbano vino a decirte que ha llegado la hora de dar un basta en todo eso y mostrar, de una vez por todas, a todos aquellos que nos desprecian, que somos realmente capaces de construir nuestro propio futuro independientemente de quien quiera que sea. ¡Es eso, *mano!* ¡Cree en tí! ¡Di no a las drogas! ¡No violes tu cuerpo! ¡Estudia! ¡Auto-valorízate! En fin: ¡Considérate un verdadero negro! (Informativo Quilombo Urbano, 1992: 3)

Percibimos así, cuales son los objetivos propuestos por el *Hip Hop maranhense*, o sea: servir de instrumento de información y comunicación que lleve a una concientización de la realidad en la cual

vive la mayor parte de la población negra y pobre. Así como al *rap*, al *grafiti* también se atribuyen funciones de información, comunicación, educación y protesta.

En ese sentido, existe dentro del *Hip Hop* un constante debate acerca de la participación en gobiernos, ayuntamientos y partidos, así como la relación con la industria fonográfica, los medios de comunicación y los aparatos institucionales de modo general. Es, entonces, un movimiento complejo y difuso, llevado a cabo por un segmento de la población negra y pobre que es marginalizada y excluida, en un contexto de desestructuración y violencia, pero que ha estado buscando medios e instrumento de hacer oír su voz por los espacios de la ciudad.

Por medio de sus prácticas organizativas y político-culturales, este movimiento articula formas de resistencia e intervención en la realidad que chocan con las élites dominantes, así como con los valores y patrones producidos históricamente por esa clase y sus medios de comunicación. Siendo así, a través de una producción alternativa de comunicación, contribuye en la información, aprendizaje y conocimiento acerca de temas antes negados o incluso tergiversados por los medios dominantes, referentes a la población negra, lo que posibilita la constitución de una identidad étnico-racial y de una conciencia crítica por parte de la juventud negra y pobre de São Luís de Maranhão y proporciona formas de movilización y resistencia contra-hegemónica.



Imagen 3: Formación Política por la *Posse 'Liberdade Sem Fronteiras'* y la radio comunitaria *Liberdade FM* (Archivo Personal de Rosenverck E. Santos)

Como vimos, el *Hip Hop* fue creado por jóvenes negros y pobres, residentes de las grandes ciudades, en medio a procesos de segregación social y urbana. Más allá de bailar y mover las caderas, sentido literal de la palabra *Hip Hop*, esa manifestación se volvió una posibilidad de recreación, resistencia política y base movilizadora para parte considerable de las personas relacionadas con ella, en diversos países, entre ellos, Brasil.

En Maranhão, en medio de la “periferización” de la ciudad de São Luís y del creciente aumento de la pobreza, principalmente en la década de 1990, el *Hip Hop* fue utilizado como un instrumento de resistencia, búsqueda de sociabilidad y producción de información por parte de la juventud. A partir de 1992, con la creación de ‘Quilombo Urbano’, esos jóvenes no sólo emprendieron actividades artísticas, sino también se organizaron políticamente mirando hacia la transformación de la realidad en la cual vivían. Observa Moura (1988: 198) que “[...] en las capas negras más proletarizadas, organizadas en grupos específicos, el *social* tiende a suplantar cada vez más el meramente culturalista”.

En este sentido, aprendemos que ‘Quilombo Urbano’, en cuanto movimiento social, por medio del *Hip Hop*, a partir de los discursos, las letras de *rap*, el *grafiti*, las manifestaciones, las notas informativas, de entre otras prácticas, ha estado desarrollando acciones en la capital *maranhense*, haciendo uso de una producción alternativa de comunicación, que pretende viabilizar una otra sociedad, en donde la igualdad prevalezca y las discriminaciones de raza sean eliminadas. En un segmento marcado por la marginalización y la depreciación, el *Hip Hop* se consolida como un contrapunto utilizado en la búsqueda de auto-afirmación y de informaciones.

Los jóvenes integrados al *Hip Hop*, tanto en los Estados Unidos cuanto en Brasil, percibieron que podrían ser más, que los valores y estigmas con los cuales convivían así como la realidad desigual, podrían ser modificados. El *Hip Hop* aparece, entonces, como una posibilidad de autoafirmación, valorización y organización política de la juventud negra y pobre residente en los barrios periféricos de las grandes ciudades, en medio a un contexto de caos urbano y desigualdades socioeconómicas.

Abramovay *et al.* llama la atención sobre:

[...] la existencia de alternativas innovadoras – como la de los raperos – en las cuales la elaboración y la denuncia de violencia y de la exclusión se vuelven parte del propio proceso de construcción de la identidad social de los jóvenes y un relevante elemento constitutivo de la misma. (1999: 144)

En Maranhão, eso se fortaleció por medio de la creación del movimiento *Hip Hop* ‘Quilombo Urbano’, el cual, a través de una serie de actividades artísticas y políticas que se materializan en formas alternativas de comunicación, constituyó una identidad étnico-racial movilizadora y una conciencia crítica, en el sentido de relacionar la inmediatez de las luchas específicas, tanto económicas como raciales, con las luchas más generales.

En el caso de la identidad étnico-racial, por medio del rescate de los referenciales históricos y culturales de matriz negra, los jóvenes *hip hoppers* pudieron reconstruir sus identidades, antes negadas y/o estigmatizadas, y así consolidaron un punto de partida adecuado y necesario a la movilización (Munanga, 1999). Como dice Abramovay *et al.*:

[...] esos jóvenes reaccionan a la exclusión buscando alternativas de sociabilidad cuyos trazos peculiares son la transformación de su propio estigma en elemento de identidad y la utilización ostensiva y violenta de este como forma de conquistar respeto. (1999: 143-144)

Eso es importante si consideramos algunos autores (Abramo, 1994; Abramovay *et al.*, 1999; Herschmann, 2005) que discuten y analizan la juventud brasileña, en especial de la década de 1990, como una juventud ‘distópica’, o sea, sin propósitos de transformación de la realidad o sin ninguna referencia en relación a la lucha de clases. La percepción de la realidad vivida en la periferia sería descrita por esa juventud de forma apocalíptica. La miseria, la violencia, los problemas familiares serían amplificadas y a futuro cabría apenas la cárcel o la muerte. (Abramo, 1994).

Como dice Herschmann:

Los grupos juveniles recientes se caracterizan por una búsqueda de intensidad en su tiempo libre, en contraposición a un cotidiano que se anuncia como mediocre e insatisfactorio. Ellos parecen asumir un hecho de que no tienen y no son capaces de producir grandes proyectos de transformación, y que su acción genuina sólo puede ser la de asumir la perplejidad, denunciar el presente y someter a prueba los proyectos existentes. (2005: 58-59)

En el movimiento *Hip Hop* de São Luís, a través de ‘Quilombo Urbano’, tales consideraciones pierden el sentido, visto que además de articular las luchas sobre las cuestiones raciales y la denuncia del presente violento y desigual, es propositivos en el sentido de apuntar hacia la construcción de otra

sociedad justa e igualitaria. En ese sentido, el movimiento *Hip Hop* en análisis posee, en su línea de pensamiento, la dimensión utópica, en la dirección atribuida por Freire (2001), o sea, la de un proyecto que necesita de organización e intervención en la realidad para ser efectuado y no de un pensamiento abstracto, desplazado de la realidad vivida.

Intervenir en la realidad y tener una postura más crítica, entretanto, no es exclusividad del *Hip Hop maranhense*. Como han demostrado innumerables investigaciones en todo Brasil (Tella, 2000; Silva, 1998; Felix, 2005; etc.), el *Hip Hop* ha estado estimulando la autoestima, la denuncia de la realidad opresora y la necesidad de su transformación. Más que una imagen apocalíptica del lugar en el que viven, los *hip hoppers* han buscado hacer una lectura que si por un lado apunta para la miseria, violencia y drogas, por otro lado, hay trabajadores, diversión, confraternización y la apuesta en un futuro mejor.

De manera general, no hay en el *Hip Hop* una visión idílica, romantizada, ni tampoco apocalíptica de la periferia. Al contrario, esta es lugar de problemas, dificultades y falta de condiciones para vivir, pero es, al mismo tiempo, un territorio de personas bravas, valientes y dignas de ser valorizadas. Es evidente que existen los 'bandidos' y traficantes, pero para el *Hip Hop* ellos no nacieron así. Fueron las condiciones de dificultades y las decisiones equivocadas que los hicieron entrar por estos caminos. No hay la antinomia bien o mal, cielo o infierno. Las personas en la periferia viven una situación difícil socioeconómicamente y por eso necesitan hacer elecciones. La selección del camino a seguir es una constante en la producción artística y en los discursos de los militantes del movimiento *Hip Hop*.

La consecuencia de esa postura es el establecimiento de un conflicto con las construcciones hegemónicas del imaginario de la sociedad, que siempre ha tratado a estos jóvenes y los barrios en que residen como áreas donde están los segmentos peligrosos de la sociedad. Donde la violencia es la principal forma de interlocución social. Siendo así, destacamos la opinión de Freire (1997), según la cual, la lucha de clases no puede ser percibida apenas en el conflicto directo entre obreros y la burguesía, sino también en innumerables formas de resistencia de las clases populares.

El movimiento *Hip Hop* organizado de Maranhão 'Quilombo Urbano', teniendo en cuenta esas consideraciones, es comprendido, en este trabajo, como una organización que articula las luchas inmediatas, locales y específicas con las luchas más generales y, por medio de una educación popular y de prácticas de comunicación e información alternativas, ha posibilitado la constitución de una identidad étnico-racial, punto de partida para la movilización, como también una conciencia crítica, donde la lectura del cotidiano es realizada de forma más reflexiva y propositiva, en el sentido de superación de la realidad injusta y desigual y de la edificación de una sociedad igualitaria.

Para alcanzar estos objetivos, el movimiento en análisis hizo alianzas estatales y nacionales con otros sectores de la sociedad civil, como profesores universitarios, sindicalistas, partidos políticos de izquierda, centrales sindicales, movimiento de los *Sem Terra*, movimiento negro, otras entidades del *Hip Hop*, etc.

Demuestra, así, el nivel de articulación nacional con el cual ‘Quilombo Urbano’ se encuentra relacionado, evidenciando que no se trata de un movimiento puramente local o regional, sino que posee preocupación constante tanto con cuestiones nacionales como con las luchas sociales que escapaban al específico del *Hip Hop*. Transcendiendo a lo inmediato o al artístico, ‘Quilombo Urbano’, en cuanto movimiento social, ha intentado aliar las demandas locales con las nacionales y eso ha resultado en una profundización de sus posiciones políticas, cuyas consecuencias en las prácticas educativas, en las formas de comunicación, en la construcción de una identidad étnico-racial y en el perfeccionamiento de una conciencia crítica, fueron decisivas.

En efecto, destacamos el arriba mencionado a partir de la entrevista concedida por Lamartine Silva, al periódico especializado ‘*Estação Hip Hop*’, año de 2001, de la ciudad de São Paulo, con el siguiente titular: ‘*Uma visão política no Hip Hop*’, y en la cual evidenciamos los objetivos, las relaciones políticas a establecer y los medios necesarios para la acción, los cuales ‘Quilombo Urbano’ creía ser una función del movimiento *Hip Hop*. Veamos lo que decía:

La gente cree que el movimiento *Hip Hop* tiene que estar actuando en las luchas populares. No se puede esconder que esas luchas populares son luchas de la favela. Si nosotros hablamos que somos la voz de la favela, nosotros tenemos que estar actuando junto a eso. Esta acción sería realizada de la siguiente manera: nosotros formamos varios núcleos. Las personas pueden pensar que así sería una cosa demasiado grande, pero no es difícil de ser hecha porque ya existe a nivel Norte, Noreste, por ejemplo. En Maranhão, Piauí, Pará, Ceará e Rondônia, nosotros ya realizamos actividades conjuntas. Por ejemplo, si hubiera una marcha del MST [Movimento dos Sem Terra] en estos estados, nosotros tenemos el deber y la obligación de participar. [...] Es necesario que el pueblo de la periferia haga una revolución. (Luz, 2001: 10)

En este camino, el movimiento *Hip Hop* en cuestión posibilitó la valorización de estos jóvenes como seres humanos, como personas que pueden modificar su realidad, en fin, como sujetos históricos. Freire (1997, 2005) decía que si la educación no podía todo, podía algo. Parafraseando el autor, decimos: si el *Hip Hop* no puede todo, y realmente no puede, algo él posibilita. Es oportuno citar Tella (200: 218), pues el *Hip Hop*, por medio del *rap*, para ese autor, “[...] además de poder ser una

posibilidad de profesionalización de la carrera artística, se presenta como un elemento importante en la reconstrucción de la autoestima, en la posibilidad y perspectiva de un futuro”.

Silva aún observa que:

Si sucumbimos a la visión hegemónica de que ya no es más posible grandes transformaciones en el orden social, tal vez tengamos que resignarnos a la barbarie presente. Pero si pensamos a partir de la poética *rapper*, en las dimensiones del “holocausto urbano” y en lo que él significa en términos de dramas experimentados por la juventud de periferia, tal vez sea realmente imposible vivir en la “zona de guerra” sin la búsqueda utópica, de una “fórmula mágica de la paz”. Por eso, se dice muy apropiadamente que el *hip hop* no puede parar. (1998: 253)

El *Hip Hop* puede llevar la juventud negra y pobre a organizarse, a concientizarse y a movilizarse para interferir en la realidad, como también puede ser apenas una forma de entretenimiento y diversión desvinculada de cualquier posición comprometida, como ocurre en muchos lugares por todo el país. En el caso de ‘Quilombo Urbano’, dado su carácter organizativo, la primera posibilidad es la que prevalece en sus discursos, en sus músicas, en sus *grafitis*, en fin, en sus acciones, reflexiones y formas de comunicación.

Referencias Bibliográficas

Abramo, H. (1994). *Cenas juvenis, punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta.

Abramovay, M. et al. (1999). *Gangues, galeras, chegados e rappers: juventude, violência e cidadania nas cidades da periferia de Brasília*. Rio de Janeiro: Garamond.

Bezerra, L. R. & Rocha, S. P. V. (2010). Da política ao entretenimento: tensões entre hip-hop e mídia. En: Sobreira, H. G. (Org.). *Educação, cultura e comunicação nas periferias urbanas*. Rio de Janeiro: Lamparina/FAPERJ.

Caiafa, J. (1994). Espaço tempo urbano: cidades, território e conduta. En: Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH (Org.) *Tecendo Saberes: jornada de Pesquisadores em Ciências Humanas*. Rio de Janeiro: Diadorim Editora/UFRJ.

Caldeira, T. P. R. (2000). *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo: Ed. 34/Edusp.

Costa, M. V. (2005). Diversidade, multiculturalismo e diferença: uma conversa com professoras e professores. En: Campello, J. E. (Org.). *Construção e desconstrução do conhecimento: signos de currículos*. São Luís: Imprensa Universitária.

Dias, H. C. (2002). *História e práxis social do movimento hip hop organizado do Maranhão – Quilombo Urbano*. 125p. (Tesis de Licenciatura em Historia). São Luís: UFMA.

Félix, J. B. J. (2005). *Hip-hop: cultura e política no contexto paulistano*. 206p. (Tesis de Doctorado en Antropología social). São Paulo: USP.

Ferreira, R. A. (2004). Quando a imprensa branca fala da gente negra: a visão eurocêntrica da imprensa na cobertura de afrodescendentes. En: Carrança, F. & Borges, R. S. (Orgs.). *Espelho infiel: o negro no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/ Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo.

Fórum Metropolitano de Hip Hop (2006). *I Seminário Metropolitano de Hip Hop*. São Luís: Fórum Metropolitano de Hip Hop.

Freire, P. (2005). *Pedagogia do Oprimido*. 43ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Freire, P. (2001). Extensão e invasão cultural. En: Souza, A. I. (Org.) *Paulo Freire: vida e obra*. São Paulo: Expressão Popular.

Freire, P. (1997). *Política e Educação*. 3ª ed. São Paulo: Cortez.

Freire, P. (1982). Quatro cartas aos animadores de Círculos de Cultura de São Tomé e Príncipe. En: Bezerra, A. & Brandão, C. R. (Orgs.). *A questão política da educação popular*. São Paulo: Brasiliense.

Herschmann, M. (2005). *O funk e o Hip Hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Informativo Quilombo Urbano. (1992). Democracia Racial. En: *Informativo Quilombo Urbano*. São Luís: Informativo Quilombo Urbano, p. 3.

Luz, A. (2001). *Uma visão política no Hip Hop*. *Estação Hip Hop*, ano2, no. 12, p.10

Moura, C. (1988). *Sociologia do negro brasileiro*. São Paulo: Ática.

Munanga, K. (1999). *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Perifricania Produções. (2004). *Descobrimo Saber*. São Luís: Periafricania Produções.

Silva, J. C. G. (1999). Arte e Educação: a experiência do Movimento Hip Hop paulistano. En: Andrade, E. N. (Org.) *Rap e educação, Rap é educação*. São Paulo: Summus.

Silva, J. C. G. (1998). Rap na cidade de São Paulo: música, etnicidade e experiência urbana. 285p. (Tesis de Doctorado en Antropología). Campinas: UNICAMP.

Tella, M. A. P. (2000). *Atitude, Arte, Cultura e autoconhecimento: o rap como voz da periferia*. 229p. (Tesis de Maestría em Ciências Sociales). São Paulo: PUC.

Zumbido (1999). Lamartine Silva, do Quilombo Urbano – Movimento Hip Hop. *Zumbido*, Sept., p. 8.

Capítulo 4

La territorialización de la información: un análisis alperiodismo en las radios locales portuguesas

Luis Bonixé

Portugal no quedó inmune al fenómeno de creación de las radios pirata que invadió Europa a partir, sobre todo, de la década de los 70 del siglo pasado. Aunque ligeramente más tarde, el surgimiento de las radios pirata, movimiento que daría origen a las radios locales, contribuyó a diversificar y alterar profundamente el escenario de los medios de comunicación en Portugal y representa una de las expresiones prácticas del retorno de la democracia y libertad de expresión al país. Las radios locales portuguesas cargan con ellas un lado simbólico que apunta para el pluralismo y diversidad, ya sea en la información o en la programación que vehiculan. Este aspecto es particularmente importante en un país, cuyo espacio mediático continuaba, y de en cierto modo aún continúa, muy centralizado en los grandes centros urbanos y en particular en las principales ciudades.

El periodismo local que se practica en las radios locales portuguesas es, desde este punto de vista, de singular relevancia por presentarse como un escenario para los discursos y narrativas que normalmente no se encuentran en los medios de comunicación de cobertura nacional. La preservación de ese escenario mediático depende de políticas públicas que en conjugación con las reglas del mercado deberán constituirse como impulso para el desarrollo de las radios locales así como la manutención de sus principios originales. Aun así, hay algunas señales preocupantes que enfatizan una crisis que puede poner en peligrada la propia existencia de las radios locales, ya que muchas acaban por abandonar los principios según los cuales fueron creadas.

La especialización territorial de la información periodística y la expresión de la comunidad de inserción acaban por ceder ante imperativos de orden económico y ayudados por políticas públicas comprometedoras. En Portugal, se ha asistido a un conjunto de alteraciones de la programación de las radios locales que se transforman en meras emisoras musicales, alejándose de lo local y de su función social.

En el presente capítulo se pretende contribuir a una reflexión en torno al papel del periodismo en las radios locales, partiendo del presupuesto de que su práctica se basa en una lógica de especialización del territorio y es generadora de un sentimiento de reparto y solidificación de la identidad de las comunidades donde están inmersas. Se pretende cuestionar este objetivo ontológico de la radiodifusión local portuguesa con un conjunto de factores que han emergido en el escenario portugués lo que, a nuestro modo de ver, comprometen la prosecución de algunos de estos objetivos.

La radio, el local y la identidad

Para el sociólogo Manuel Castells, las comunidades locales son espacios importantes para la construcción de interpretaciones alternativas en la medida en que las identidades que allí se generan entran en intersección con otras fuentes de significado y reconocimiento social. Lo local es visto como el ambiente en el cual las personas se socializan e interactúan creando lazos y redes sociales entre los vecinos. “Había la producción de sentido e identidad: mi barrio, mi comunidad, mi ciudad, mi escuela, mi árbol, mi río, mi playa, mi capilla, mi paz, mi entorno (2003: 74)”.²¹

El reparto y la identificación de asuntos comunes entre sus miembros tienen en el espacio local una dimensión que no deberá ser minimizada, en particular en un contexto de una cultura global. Es en este aspecto en el que Castells ve una cierta paradoja por la creación de fuerzas políticas con bases cada vez más locales en un mundo estructurado por procesos cada vez más globales. El local es, así, generador de una identidad que nace a partir del reparto de intereses comunes y de una manera propia de relacionamiento (García, 2012: 262).

Los medios de comunicación en general, y la radio en particular, tienen aquí un papel importante en la construcción y solidificación de una memoria colectiva y de creación de un escenario para la expresión de esa identidad local, marcando sus especificidades y características. Lo local significa, antes que nada, una nueva forma de entender el mundo (Dominguez, 1997). Francisco Rui Cádima alerta para la importancia de que las culturas locales reciban de fuera nuevos aspectos de la cultura universal, para así ser “capaces de comprender su propia identidad, al final, la especificidad que les da su diferencia” (1999:17)²².

La ligación de las radios locales al territorio es, bajo este punto de vista, fundamental habiendo sido uno de los principales argumentos en cuanto factor distintivo de su especificidad. Las radios locales

²¹ Traducido libre del portugués: “*Houve a produção de significado e identidade: a minha vizinhança, a minha comunidade, a minha cidade, a minha escola, a minha árvore, o meu rio, a minha praia, a minha capela, a minha paz, o meu ambiente*” (2003:74).

²² Traducido libre del portugués: “*capazes de compreender a sua própria identidade, enfim, a especificidade que lhes dá a sua diferença*” (1999:17).

representan, por esa vía, la identidad a partir de la delimitación del territorio. Las ideas de comunión y el hecho de compartir el mismo espacio físico son aquí relevantes en cuanto estrategia de afirmación, e incluso comercial de las empresas de radiodifusión local. Esta vertiente de la radio que privilegia lo local como estrategia de afirmación e identidad es seguida por otros autores. Rafael Roncagliolo (1993 apud Escudero, 1998: 49) vela comunicación de proximidad que las radios locales soportan como algo que cambia, transforma y altera el orden de las cosas existentes. Se trata de un tipo de comunicación identificado con el otro, realizada en la horizontal y no en la vertical.

Un estudio de Ofcom sobre lo que designan como ‘radios de pequeña escala’ (*small-scale radio*), compara la relación que los individuos tienen con las radios locales y las comunitarias. Una de las conclusiones del estudio enfatiza, de forma evidente, la relación de proximidad y de identidad que los oyentes tienen para con su radio local. "Así que no se trata sólo de lo que emiten las estaciones de pequeña escala, pero lo que representan a sus comunidades que los hacen tan especial a sus oyentes"²³. (OFCOM, 2011: 22). El mismo estudio compara la opinión de los oyentes sobre la radio local y la radio de emisión nacional. Los oyentes refieren que sienten por su radio local un afecto que no es mencionado cuando son cuestionados sobre lo que sienten en relación a otras radios. Ese afecto no proviene necesariamente de la escucha permanente, y sí del sentimiento de pertenencia que la radio local les proporciona.

Las radios locales crearon condiciones para el renacimiento de una identidad regional, visible a través del sentimiento de pertenencia que los oyentes tienen por las emisoras de su localidad, realidad que es sobre todo observada en áreas donde las emisoras nacionales no tienen una fuerte implementación. Siguiendo esta línea de raciocinio, las radios locales desempeñan una función social que se sintetiza por favorecer una renovación de la vida y de las iniciativas locales. La radio local permite a la comunidad conocerse mejor.

La radio local en el contexto de los medios de comunicación

De las diversas contribuciones teóricas sobre las radios locales en Europa, substraemos tres dimensiones que consideramos más relevantes. La dimensión democrática, en la medida en que las radios locales pasaron a permitir el acceso más plural y diversificado a los medios de comunicación social (Eco, 1981), la dimensión alternativa, pues ayudaron a crear un discurso y una racionalidad distinta de los grandes medios de comunicación centralizados en el Estado y en las grandes organizaciones privadas (Flichy, 1981; Esteves, 1988) y una dimensión de proximidad al generar

²³ Traducido libre del inglés: "So it is not just about what small-scale stations broadcast, but what they represent to their communities that make them so special to their listeners" (OFCOM, 2011: 22).

condiciones para que la comunidad se reviesen las radios locales y para que éstas procuras en aquellas la razón de su existencia (Nosty, 1997; Escudero, 1998; Starkey, 2011).

Hay, por este orden de razones, una línea que ha sido seguida y que desde una perspectiva diacrónica coloca el movimiento de las radios locales en un lugar de una cierta afirmación de las poblaciones por su identidad y sobre todo “al hecho de que nuevos sectores de la población han adquirido la posibilidad de dar a conocer sus opiniones y sus puntos de vista” (Eco, 1981: 229). Bajo este punto de vista, las radios locales se inscriben en un registro de la consolidación democrática de los países donde surgieron, sobre todo porque el carácter voluntario y espontáneo del movimiento de las radios locales en Europa apunta para el deseo de las poblaciones “en incorporarse de una manera activa, contributiva, a la construcción democrática” (Escudero, 1998: 23).

Es ese el caso de Portugal o de España donde las radios locales adquirieron expresión justamente tras el fin de las dictaduras que estaban en vigor en aquellos países. Por eso, este fenómeno de surgimiento de las radios locales no podrá ser disociado de las transformaciones políticas, sociales y culturales de posguerra en el continente Europeo así como de la contestación popular al monopolio de los Estados en el sector de los medios de comunicación (Starkey, 2011; Flichy, 1981).

Cuando hablamos de radios locales, hablamos realmente de un movimiento (o mejor, de movimientos, ya que tomó diversas formas en función de las especificidades de cada país) libertador y que pretendió colocar en el espacio público mediático corrientes sociales, culturales y políticas hasta entonces con poca o ninguna expresión pública.

La idea en torno a la construcción de una racionalidad alternativa “a los grandes sistemas (nacionales e internacionales) de información y comunicación social” (Esteves, 1988: 56)²⁴ atribuida a estas radios se funda justamente en la circunstancia de que se haya afirmado como un escenario para la expresión de corrientes culturales, sociales e incluso políticas con poco o ningún espacio en los medios de comunicación nacionales y pertenecientes a los Estados. La especificidad de la radio tiene aquí un papel importante, pues radios comunitarias y de barrio, piratas, libres y varias formas de radio clandestina, son fenómenos que raramente encuentran paralelo en una ecología global de la televisión (Hendy, 2000: 196).

Por otro lado, es su carácter localista lo que ayuda a construir esa misma idea de democracia y de racionalidad alternativa. Ese escenario gana particular relevancia en países en los que el centralismo de

²⁴ Traducido libre del portugués: “aos grandes sistemas (nacionais e internacionais) de informação e comunicação social” (Esteves, 1988: 56).

los medios de comunicación está más marcado, como en el caso portugués. Las radios locales se constituyeron como excelentes espacios para la expresión de la vivencia de las comunidades y de las poblaciones ya que, tal como refiere Bernardo Diaz Nosty:

En lo local es muy difícil crear escenarios que difieran de nuestra realidad, por lo tanto, en esos planos formativos tan necesarios para los medios locales, no conviene desprenderse en exceso de la realidad del entorno y atender al derecho de la información de los ciudadanos (1997:168)

El surgimiento de las radios locales en Europa se debió a la voluntad popular que sintió la necesidad de expresasen la escena mediática, significando, de cierta forma, la expresión práctica de una nueva cultura de comunicación e información (Galindo, 1998) consubstanciada en el derecho de los ciudadanos a, no solo tener acceso a los medios de comunicación como receptores, sino también como participantes activos en el discurso mediático.

Las radios locales contribuyeron a que la propia radio se hubiese reinventado en cuanto medio de comunicación, reforzando su papel y condición de vehículo de la expresión política, social y cultural. No faltan ejemplos de lo que acabamos de decir. El llamado «movimiento» en Italia que agregó diversas radios con el objetivo de divulgar los ideales de izquierda (Rodrigo& Ruiz-Collantes, 1981: 272) o radios verdes en Francia, así designadas por defenderla causa ambientalista, son algunos escenarios enunciados.

El periodismo como territorio de afirmación

El periodismo practicado en los medios de comunicación social local funciona como promotor de un discurso alternativo que se materializa en una forma propia de ver el mundo. Los órganos de comunicación social local y regional se constituyen como una modalidad bastante interesante de preservación y promoción de los valores y de la memoria colectiva de la comunidad en la cual se integran. La proximidad entre los productores de las noticias y sus destinatarios podrá significar una forma eficaz de contextualización de los acontecimientos y de comprensión de los mismos y, en esa medida, el periodismo local contribuyó para una consciencia colectiva de un espacio público común y es un vehículo transmisor de los valores de la ciudadanía constituyéndose como “un elemento estructurador de ese espacio público regional entendido como esfera crítica de debate y de interacción de los ciudadanos en torno a los problemas que le son próximos” (Correia, 1998: 156)²⁵.

²⁵ Traducido libre del portugués: “*um elemento estrutura desse espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhe são próximos*” (Correia, 1998: 156).

El periodismo en las radios locales aparece como un elemento definidor y que contribuyó a la distinción ante los medios de comunicación social de ámbito nacional. El periodismo local, y en particular en la radio local, es, como refieren Chantler y Harris, un modo de afirmación también en el campo de un mercado competitivo y “da un sentido de ser verdaderamente local” (1997: 5)²⁶.

Para Elsa Moreno (2002), el periodismo practicado en las radios locales tiene algunas características que lo distinguen de otros medios de comunicación. Subraya la autora española que se trata de una llamada constante a la identidad de la comunidad a la que se dirige y que contribuye para reforzar la identidad cultural y la presencia social de la emisora entre la audiencia. Para la autora, la programación informativa en una radio local tiene las siguientes características. Proximidad y servicio; naturaleza de la emisora e identidad; acompañamiento de la actualidad diaria; refuerzo del carácter local de la comunidad a la que se dirige; proximidad con la audiencia. Refiere Elsa Moreno:

La programación informativa local puede definirse como el conjunto o la parte de la continuidad informativa de una emisora que relata al oyente la realidad del entorno más próximo: la información de actualidad general, la información servicio y la actualidad deportiva de la localidad y la región” (Moreno, 2002: 329)

Las radios locales se inscriben, así, en un registro de proximidad y especialización, valores que pueden ser potenciados en las diversas dimensiones de una organización radiofónica local, como la micro-información local, la identidad local y el entretenimiento (OFCOM, 2011: 5). Significa decir que las decisiones editoriales que los periodistas toman en su actividad provienen de escenarios interpretativos que se basan en un significativo grado de conocimiento de lo local (Kirby, 1989 apud Hood, 2010: 153). En torno a esta cuestión gravitan factores relacionados con el pluralismo, diversidad temática y de fuentes informativas locales, que siendo especializadas ayudan en la contextualización de las materias abordadas.

La defensa en torno de un periodismo de proximidad que implique su especialización territorial es hecha también por Bernardo Díaz Nosty (1997) al referir que los medios de comunicación locales y regionales son medios especializados geográficamente. Quiere esto decir que deben apostar en estrategias que refuercen esa especificidad. Solo así podrán crear espacios y discursos dirigidos su audiencia específica. El autor entiende que el progreso tecnológico aplicado al campo de los medios de comunicación debe ser aprovechado por éstos para aproximarse cada vez más de sus comunidades locales y no lo contrario. La construcción y preservación de una memoria colectiva específica de una

²⁶ Traducido libre del inglés: “*gives a station its sense of being truly local*” (1997: 5).

región o localidad depende de la exacta adecuación de estrategias de programación que se identifiquen con esa misma audiencia. Los medios locales deben procurar adecuarse a la región de cobertura y si no lo hiciesen están “cavando la fosa de su autodestrucción”(Nosty, 1997: 164).

La micro-información local es vista como un servicio exclusivo de las radios de pequeña dimensión, sobre todo debido a su grado de especialización. Es el tipo de información que las radios de mayor dimensión ignoran y por esa razón se constituye como un importante elemento de atracción de oyentes para las radios locales (OFCOM, 2010: 19). El grado de especialización y adecuación a la comunidad donde se integra es visto por Elsa Moreno como esencial:

La radio regional y local participa y forma parte de la comunidad a la que se dirige: La información del entorno más próximo es contenido esencial de este tipo de radio. Su tratamiento y desarrollo en la radio convierte a este medio en un foro de encuentro comunicativo que contribuye a ampliar la identidad informativa y cultural del oyente local. (Moreno, 2002: 349)

Tiene sentido que el territorio local signifique la principal área de intervención de los periodistas de las radios locales, como forma, por un lado, de subrayar su diferencia y por otro para contextualizar, teniendo en cuenta su público, los acontecimientos que llegan ‘de fuera’. Es en este sentido en el que debemos hablar en especialización territorial del periodismo local.

Anatomía de las radios locales en Portugal

Hasta la legalización de las radios locales en Portugal, ocurrida con la ley publicada en 1988, el escenario de la radio se caracterizaba por un duopolio entre el Estado y la Iglesia. El surgimiento de las radios locales portuguesas está precedido de un periodo de once años durante el cual aparecieron un poco por todo el país centenas de radios piratas, que así pasaron a ser conocidas por emitir sin licencia.

Este período puede ser dividido en dos fases. La primera, entre 1977 y 1984, época en que el fenómeno se caracterizó por el aparecimiento de pequeñas emisoras en huecos de escalera, impulsadas por el fanatismo y el carácter amateur de sus creadores. Más que crear bases sólidas para una radio, pretendían despertar a la opinión pública para un movimiento que despuntaba un poco por toda Europa.

En una segunda fase, entre 1985 y 1988, surgieron varios proyectos con alguna dimensión y que pretendían, ya no sólo la afirmación de una idea, sino la legalización de la radiodifusión local en Portugal.

En países como Italia, Francia o España, los movimientos en el sentido de legalizar las radios libres tenían ya repercusiones y esos ecos llegaban a Portugal contribuyendo para ejercer mayor presión sobre el poder político en el sentido de dar inicio a medidas efectivas para legalizar la radiodifusión local portuguesa. El contexto posrevolucionario vivido en el Portugal de entonces tampoco es ajeno a todo este proceso. La primera radio pirata aparecería tres años después de la Revolución de 1974 y las propias designaciones de las radios no esconden la tendencia irreverente de la que el fenómeno se revistió. Radio Delirio, Radio Caos, Radio Libre o Radio Porta Abierta, son apenas algunos ejemplos.

Las primeras emisiones de las radios piratas se caracterizaron, sobre todo, por la intención de ir contra las convenciones dominantes. No se pretendía dar voz a grupos sociales oprimidos como se verificó en muchos países de Europa, y sí a poblaciones locales que normalmente no aparecían en los noticiarios de las radios nacionales. El carácter experimental de la mayor parte de las radios piratas, así como el carácter amateur de sus impulsores, caracterizaron el fenómeno en los primeros años de existencia.

La rapidez con la que en el terreno se multiplicaba el número de nuevas radios piratas, la creación de un conjunto de acuerdos internacionales que transformaron el escenario de la radiodifusión europea y por último la alteración de la coyuntura nacional en lo que respecta a la libertad de expresión condujeron a la necesidad, cada vez más evidente, de actualizar el cuadro legal para la actividad de la radiodifusión en Portugal, que aún era regulado, a mediados de la década de los 70, por un diploma de 1933.

El año 1988 señalaba, pues, un importante momento en la radiodifusión portuguesa con la publicación de la ley 87/88 de 30 de Julio que legaliza las radios locales en Portugal, culminando un complejo proceso iniciado en 1977, cuando se estima que apareció la “Radio Juventud”, la primera radio pirata en el país (Maia, 1995). La mayor parte de las radios locales fueron creadas por iniciativa individual, o por pequeños grupos de personas, normalmente ligadas a la electrotecnia que, dotados de conocimientos a nivel técnico les permitía montar, y retirar, con facilidad las antenas y así escapar a la fiscalización.

No obstante, superado el periodo de la euforia que barrió el país de norte a sur y que acabó con la deseada legalización de las emisoras piratas, tuvo inicio un proceso complicado de gestión de esos mismos proyectos. La distribución de frecuencias creó, por si misma, una clara división entre el litoral y el interior del país que fue agravada en los primeros tres a cuatro años, con el cierre de algunas radios locales en el interior de Portugal. Este hecho creó un escenario perverso, ya que era precisamente en el interior del país (donde las alternativas a nivel de la comunicación social eran menores), donde se hacía sentir con más intensidad la necesidad de radios que estuviesen próximas de

las poblaciones. Pero los primeros cinco años, (en algunos casos no fue necesario esperar tanto tiempo) pusieron en evidencialas debilidades financieras y estructurales de la mayor parte de las estaciones locales de radio.

Mário Mesquita sintetiza así el período inmediato a la legalización de las radios piratas:

De 1990 a 1993 son numerosas las alteraciones de este sector. Estaciones que cierran, que se asocian a otras, que son vendidas, que alteran radicalmente su proyecto inicial, al final, la radio local está lejos de encontrar su punto de estabilidad. (1994: 400)²⁷

Es en este contexto en el que podemos identificar tres situaciones distintas entre 1989 y 1994. La primera, en la cual las radios locales, a pesar de haber obtenido licencia para emitir, no lo hacían por falta de recursos. Una situación que ocurrió particularmente en el interior del país. El segundo escenario, se caracterizó por la venta de espacios horarios o incluso de la totalidad de su programación a confesiones religiosas que, en pocos años, conseguirían tener un número significativo de emisoras de norte a sur de Portugal. Por último, se asistió a un proceso de canibalismo con la constitución de cadenas de radios, en las cuales las emisoras con mayores recursos, en una tentativa de cubrir todo el territorio, firmaron protocolos con radios locales para la retransmisión de su programación. Esta estrategia se reveló también benéfica para las emisoras locales con menores recursos, pues parte de su parrilla de programación pasó a estar cubierta, algo que de otro modo no sucedería por falta de medios. Pero si por esta vía los efectos fueron positivos, por otro lado, contribuyó para alejara las radios locales de las comunidades donde se integraban.

Un contexto difícil para la supervivencia de lo local

El contexto para el desarrollo de las empresas de comunicación social local en Portugal no ha sido muy favorable. Las razones para una persistente crisis han sido apuntadas y provienen de factores culturales, sociales y sobre todo económicos, en un país con un perfil geográfico propio en el cual son evidentes las asimetrías litoral/interior y consecuentemente los diferentes niveles de aceleración y desarrollo económico de las regiones. Las organizaciones de comunicación social en Portugal operan en un contexto altamente segmentado y como tal no soportan muchas empresas actuando en esos

²⁷ Traducido libre del portugués: “De 1990 a 1993 são numerosas as alterações deste sector. Estações que fecham, que se associam a outras, que são vendidas, que alteram radicalmente o seu projecto inicial, enfim, a rádio local está longe de encontrar o seu ponto de estabilidade” (1994: 400).

mercados (Faustino, 2000: 90). Las radios locales son un claro ejemplo de eso pues en varios concejos del país, fueron inicialmente aprobados proyectos para que funcionasen dos o tres emisoras que tienen que disputar el mismo exiguo mercado publicitario. El escenario que de ahí resulta es el cierre de algunas, la venta a otras de mayor dimensión o simplemente el cambio para formatos de programación menos onerosos, como los musicales, descuidando así la vertiente informativa local.

Por otro lado, el analfabetismo, resultado de la pobre inversión en la formación y educación, así como la fragilidad de los medios de comunicación locales y regionales es síntoma de un país cuyas empresas periodísticas regionales están muy por debajo de sus verdaderas potencialidades. Y es este analfabetismo el que afecta a la prensa regional y local en nuestro país. (Carvalho *et al.*, 2010: 12-13).

Estos escenarios han dificultado el desarrollo de las empresas periodísticas de menor dimensión localizadas en áreas económicamente más desfavorecidas del país. Por otro modo, destacan los autores del 'Estudio de Impacto de los Incentivos directos concedidos por el Estado a los órganos de comunicación social regional y local' (Carvalho *et al.*, 2010), la prensa regional y local, incluyéndolas radios locales, revela alguna dependencia de subsidios del Estado, concretamente a través del Gabinete para los Medios de Comunicación Social, de las autarquías, de las iglesias y de entidades particulares que sacan partido de sus potencialidades en cuanto órganos de comunicación social.

La modernización de los proyectos editoriales regionales y locales pasa, necesariamente, por la salvaguarda de la independencia de estos ante los poderes políticos, religiosos, y en especial en la salvaguarda de la idoneidad ante el poder autárquico (Carvalho *et al.*, 2010). El mismo estudio destaca las dificultades estructurales y organizacionales de las empresas de radiodifusión local en Portugal al notar la existencia de un elevado porcentaje (87%) de Micro Empresas, o sea, empresas cuyo volumen de negocios no excede los 2 Millones de Euros y el número de trabajadores es inferior a 10 trabajadores asalariados. Se verifica, igualmente, un porcentaje bajo (13%) de Pequeñas Empresas, cuyo volumen de negocios es inferior o igual a 10 Millones de Euros y el número de trabajadores asalariados es inferior a 50.

También la Asociación de Radios de Inspiración Cristiana (ARIC), que representa varias radios locales portuguesas, traza en 2013 un escenario preocupante para la radiodifusión local en Portugal. De acuerdo con el Estudio sobre los Principales Grupos de Costes de Financiamiento de las Radios Asociadas de la ARIC, 80% de las emisoras "señalan quiebra en el desempeño económico y las radios están disminuyendo costes sin áreas clave de Organización como por ejemplo los Recursos

Humanos” (2013: s.p).²⁸ El estudio evidencia aún que entre 2012 y 2013 aumentó el número de radios locales que registraron en ese período quiebra de actividad económica. Este escenario tuvo reflejos a varios niveles, en particular en los recursos humanos de las estaciones de radio, como señala el estudio. “En términos de cuantificación de efectivos si en 2012, ya se preveían valores para reducciones de colaboradores, en el orden de 24 trabajadores, ahora ese valor asciende a 45 personas, o sea, casi el doble” (ARIC, 2013: s.p.).²⁹

Una mirada más atenta a los proyectos periodísticos existentes en las radios locales en Portugal, nos permite identificar las consecuencias de algunas de estas debilidades anteriormente referidas. En las radios locales que proliferan por el país, persiste, aún hoy, un escenario compuesto por redacciones con escasos recursos humanos y técnicos lo que condiciona la información difundida. En 2003, y con base en un estudio de cuatro radios locales de la Península de Setúbal, al sur de Lisboa, se verificó que esas redacciones estaban compuestas por 1 a 4 periodistas (Bonixe, 2013). Escenario que se mantiene casi una década después a juzgar por los datos recogidos en el estudio ya referido sobre el impacto de los incentivos del estado a los medios de comunicación social local. En este estudio, es referido que la mayor parte de las radios locales portuguesas analizadas:

[...] poseen pocos funcionarios al servicio, circunstancia que refleja su vulnerabilidad. Es en la categoría de 1 a 3 funcionarios y en la categoría de 4 a 6 funcionarios en la que se encuadran la mayoría de las empresas, para cualquiera de los años en estudio. (Carvalho *et al.*, 2010: 122)³⁰

Otro estudio realizado por medio de encuesta a una muestra de 28 periodistas de radios locales en Portugal (Bonixe, 2013) viene amosstrarlas dificultades con las que los periodistas que ejercen su actividad en las radios locales se debaten al revelar que estos profesionales ejercen su profesión en redacciones de pequeña dimensión en que el número de periodistas oscila entre apenas 1 y 4. Por otro lado, a pesar de que la mayoría de los cuestionados es detentor de una carrera superior, la mayor parte de los que respondieron no gana un salario superior a 650 euros mensuales, o sea un poco por encima del salario mínimo nacional. De acuerdo con el mismo cuestionario, los periodistas que en él participaron revelaron que su mayor preocupación en lo que se refiere a la política editorial de su

²⁸ Traducido libre del portugués: “*assinalam quebra no desempenho económico e as rádios estão a diminuir custo sem áreas chave da Organização como por exemplo os Recursos Humanos*” (2013: s.p.).

²⁹ Traducido libre del portugués: “*Em termos de quantificação de efetivos se em 2012, já se perspectivavam valores para reduções de colaboradores, na ordem dos 24 trabalhadores, agora esse valor ascende a 45 pessoas, ou seja, quase duplica*” (ARIC, 2013: s.p.).

³⁰ Traducido libre del portugués: “*[...] possuem poucos funcionários ao serviço, circunstância que reflete a sua vulnerabilidade. É na categoria de 1 a 3 funcionários e na categoria de 4 a 6 funcionários que se enquadram a maioria das empresas, para qualquer um dos anos em estudo*” (Carvalho *et al.*, 2010: 122).

radio, es justamente el poco trabajo de reportaje que efectúan, situación que se debe, en buena parte, a la falta de más profesionales en las redacciones.

Para evitar estos problemas y mantener viva su función social de información local, algunas radios locales dieron inicio en el pasado a algunas experiencias en el sentido de rentabilizar los recursos humanos existentes. Es de eso ejemplo la Cadena de Información Regional creada en 1997 y que reunía ocho radios de los distritos de Bragança y Vila Real, en el interior de Portugal. En 1999, las radios Club de Sintra y de Cascais siguieron el mismo ejemplo. Pretendían estas emisoras crear una cadena metropolitana de Radios en Lisboa, según la cual, dos veces por día, una de las dos radios emitiría un noticiario alargado en coproducción de las dos estaciones. De esta forma, llegarían a un auditorio más vasto y los ingresos de la publicidad que iba para el aire, antes e después del noticiario, revertían a favor de ambas radios. De forma esporádica, algunas radios locales del Baixo Alentejo (Radio Sines, Miróbriga, de Santiago do Cacém, son algunos ejemplos) colaboraron entre si permitiendo una mayor cobertura noticiosa de los eventos que allí ocurren. Pero, esta práctica de juntar sinergias de modo a rentabilizar los reducidos recursos humanos en las redacciones ha sido poco común como nota Rogério Santos “pocas radios forman asociaciones e intentan fundir proyectos, prefiriendo políticas de rivalidades locales” (2008: 89).³¹

Periodismo, localismo y consolidación económica

Hemos visto a lo largo de este capítulo cómo el fenómeno de las radios locales alteró radicalmente el escenario de los medios de comunicación en Portugal. Contribuyó, en muchos casos, para la afirmación de una identidad local, generando espacios de debate y discusión sobre temáticas públicas. Las emisoras locales contribuyeron a la memoria colectiva de una comunidad y para el pluralismo informativo. No menos importante fue la contribución que dieron para el acceso a la profesión de periodista en Portugal, como se nota en el estudio sobre los periodistas en Portugal:

El número de profesionales de radio se duplicó de 1988 a 1989 [...] recuérdese que el período de 1987 a 1991 corresponde a la fase de legalización de las anteriormente denominadas radios piratas (Rebelo, 2011: 69-70).³²

³¹ Traducido libre del portugués: “*poucas rádios formam associações e tentam fundir projetos, preferindo políticas de rivalidades locais*” (2008: 89).

³² Traducido libre del portugués: “*O número de profissionais de rádio duplicou de 1988 a 1989 [...] recorde-se que o período de 1987 a 1991 corresponde à fase de legalização das anteriormente denominadas rádios-pirata*” (Rebelo, 2011: 69-70).

No obstante, en este inicio de la segunda década del siglo XXI, en el caso portugués, hay indicadores que muestran algunas señales de preocupación con el futuro del periodismo que es practicado en las radios locales. Asistimos actualmente a un escenario motivado por políticas y estrategias empresariales que aliadas al plan legislativo están contribuyendo a que las radios locales se alejen de sus objetivos de promoción y creación de espacios de discurso y memoria colectiva de las comunidades donde se integran. Uno de esos indicadores es el número de radios locales que, aprovechando la legislación favorable, han solicitado a las entidades competentes la alteración de sus proyectos, de generalistas para temáticas. Según datos del Gabinete para los Medios de Comunicación Social hasta 2006 se encontraban licenciadas 22 radios temáticas, siendo que de estas, 18 fueron clasificadas como musicales y apenas cuatro informativas.

O sea, las radios locales, motivadas por cuestiones de naturaleza diversa, como dificultades económicas o reclutamiento de periodistas, están abdicando de su vertiente informativa desligándose, de este modo, de las comunidades donde se integran, pues la alteración para radio temática musical no obliga a la transmisión de información periodística. En el informe de 2010 de la Entidad Reguladora de la Comunicación (ERC), esta preocupación era manifestada en relación a los pedidos de alteración a la programación hechos por las emisoras.

[...] se assistiu, em 2010, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido de a alteração de los respetivos proyectos radiofónicos visando su adaptación a modelos preexistentes, ya reconocidos o reconocibles por la audiencia, siendo reflejo de e solos pedidos de alteración del proyecto aprobados (15), así como de alteración de la denominación de los servicios (18). (ERC, 2012: 23)³³

El número de pedidos de alteración de programación conoció un nuevo impulso aprovechando la entrada en vigor en 2010 de nueva legislación para el sector. Así, en junio de 2012, menos de dos años después de la aprobación de la nueva ley, la prensa de la época noticiaba que la Entidad Reguladora para Comunicación ya había aprobado 10 pedidos de alteración de programación y que se preparaba para “analizar más otros cinco procesos de alteración” (Meios & Publicidade, 2012: n.p.)

³³ Traducido libre del portugués: “[...] assistiu-se, em 2010, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respetivos projetos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projeto aprovados (15), assim como de alteração da denominação dos serviços (18)” (ERC, 2012: 23).

Datos que motivaron preocupación incluso en el seno de la entidad reguladora. De hecho, la propia ERC, en la secuencia de los pedidos de alteración de programación, se vio en la obligación de emitir en 2012 una recomendación sobre la promoción de la diversidad informativa en las radios en la cual manifestaba su preocupación en cuanto a la manutención del pluralismo informativo en las radios locales portuguesas.

En la directiva emitida por la ERC se puede leerlo siguiente:

Ley n.º 54/2010 eliminó las restricciones anteriormente consagradas a la posibilidad de alteración de la tipología de las radios locales, en función de la existencia o no, en el mismo concejo, de radios generalistas, de ahí que se venga asistiendo a una tendencia de modificación de la tipología de los servicios de programas de generalistas para temáticos musicales, con el consecuente desaparecimiento de las radios generalistas [En este sentido, la ERC recomendó en la directiva que sea salvaguardada] [...] un componente informativo de carácter local (ERC, 2012, n.p.)³⁴

Incluso en términos internacionales, la preocupación en mantener local la radio local es evidente. Por ejemplo, en 2004 el informe anual del *Project for Excellence in Journalism* refería que en el caso norteamericano los datos disponibles apuntaban para un número cada vez mayor de radios locales que estaban, en la práctica, dejando de serlo, a pesar del ‘deseo de las audiencias por información local’ (PEJ, 2004).

La entrada de grupos de comunicación en el sector de las radios locales portuguesas es motivo que merece, igualmente, análisis. En este particular, hay dos dimensiones del fenómeno que importa referir. En primer lugar, la entrada de grupos económicos sólidos ha ayudado a la supervivencia de varias radios locales portuguesas, en la medida en que contribuye, por ejemplo, para la captación de inversión publicitaria. Pero, por otro lado, la concentración de radios en el seno del mismo grupo económico ha llevado a comprometer el localismo propio de estas emisoras, en aquello que es considerado como una perversión (Cádima, 1999). Para Gloria Tristani (1998), la concentración de radios locales en el mismo grupo económico pone en riesgo la cobertura de temáticas locales, reportajes, programación local y la capacidad para servir de espacio para las voces locales. También para Guy Starkey, la entrada en escena de grupos de comunicación nacionales o incluso

³⁴ Traducido libre del portugués: “Lei n.º 54/2010 eliminou as restrições anteriormente consagradas à possibilidade de alteração da tipologia das rádios locais, em função da existência ou não, no mesmo concelho, de rádio generalistas, daí que se venha assistindo a uma tendência de modificação da tipologia dos serviços de programas de generalistas para temáticos musicais, com o consequente desaparecimento das rádios generalistas [Neste sentido, a ERC recomendou na diretiva que seja salvaguardada] [...] uma componente informativa de carácter local” (ERC, 2012: s.p.).

internacionales al adquirir emisoras locales ha conducido a un escenario de “diminución de lo sentido de localidad” una vez que “colocan en situación de desventaja a las comunidades de las cuales procuran obtener lucro”.³⁵

La disminución del sentido de localidad está ocurriendo de varias maneras, pero en su esencia puede ser racionalizada en el hecho de que estaciones de radio comerciales de propiedad local [...] están cayendo bajo el control de grupos nacionales e incluso de grupos internacionales de medios de comunicación, que colocan en situación de desventaja a las comunidades de las cuales procuran obtener lucro [...]. (Starkey, 2011:158)³⁶

En Portugal, la dimensión de esta cuestión no es uniforme. Si en las regiones en torno a las zonas metropolitanas de Lisboa y Oporto el escenario es ya de varias emisoras locales que están bajo propiedad de grupos económicos, en el interior del país el fenómeno parece aún o haber ganado una dimensión muy significativa, a pesar de que en 2013 el principal grupo de radios que operaban en Portugal, Media Capital, adquirió nueve frecuencias locales en varias localidades del país con el objetivo de retransmitir las radios dedicadas a programación musical como *Star FM* o *M80*. En estos casos, estas localidades perdieron claramente en lo que respecta a la información local.

La concentración de radios locales en el mismo grupo económico conduce, inevitablemente, a la concentración de los propios servicios lo que puede, igualmente, llevar a estrategias que promuevan el alejamiento de lo local. Lee Hood mirando hacia el escenario norte-americano nota como siendo negativa la estrategia que las radios locales han seguido de *outsourcing*, o sea una práctica que significa que los noticieros de una radio local son emitidos a partir de la ‘radio madre’, aunque ésta esté a varios kilómetros de distancia. El problema de esta práctica, indica Hood, es que las noticias son en la mayor parte de los casos desvirtuadas de su carácter de proximidad y territorialización. El resultado, refiere el autor, será un distanciamiento de la especificidad de esa información y como tal de la ligación a los asuntos de una ciudad (Hood, 2010).

Notas finales

³⁵ Traducido libre del portugués: “*colocam em situação desvantajosa as comunidades das quais procuram obter lucro*” (Starkey, 2011:158).

³⁶ Traducido libre del portugués: “*A diminuição do sentido de localidade está a ocorrer de várias maneiras, mas na sua essência pode ser racionalizada no facto de estações de rádio comerciais de propriedade local [...] estarem a cair no controlo de grupos nacionais e até de grupos internacionais de média, que colocam em situação desvantajosa as comunidades das quais procuram obter lucro [...]*” (Starkey, 2011:158).

Las radios piratas portuguesas, sobre todo por su expresión cuantitativa, modificaron el periodismo radiofónico portugués. Contribuyeron, por lo menos al principio, al ejercicio de un periodismo de proximidad, trayendo para el escenario radiofónico una mirada a los pequeños problemas locales de las poblaciones, así como nuevos protagonistas que eran frecuentemente olvidados por las principales radios de cobertura nacional. Fue este movimiento el que permitió el apareamiento de emisoras que acabarían por destacar en el campo informativo, entre las cuales el ejemplo más relevante es la TSF, una de las principales radios portuguesas de información.

Las radios locales se afirmaron como verdaderas escuelas prácticas de periodismo radiofónico repartidas por todo el país. Fue en las radios locales donde nacieron para la profesión varios periodistas que más tarde integrarían las principales redacciones nacionales, no apenas de la radio, sino también de la televisión y de la prensa.

Fijándose en particular en el caso portugués, que aquí procuramos analizar a la luz de los fundamentos y principios de la radiodifusión local, el periodismo es la búsqueda de una información con origen en el territorio y como tal específica y distintiva de la restante información, siempre se constituyó como un argumento para su propia existencia. En este sentido, las radios locales surgen en el contexto portugués con una relevancia que les es atribuida en cuantas generadoras de un discurso colectivo que promueve lo local y contribuye para la preservación de una memoria colectiva. Las radios locales tienen condiciones ontológicas favorables para la prosecución de tales objetivos. En principio, porque estamos hablando de radio y como tal de un medio que promueve, por sus características una ligación de proximidad con los oyentes, ya sea a través de su propio lenguaje, ya sea por la facilidad tecnológica que le confiere portabilidad. Por otro lado, la dimensión local de estas radios es el sentido de su existencia. Sin embargo, tal como procuramos demostrar, hay factores que perturban aquello que sería el recorrido normal de una radio local. Encontramos esos indicadores en el plano legislativo con la aprobación de leyes que generan condiciones favorables para el distanciamiento de lo local creando condiciones para que en el plan empresarial sean adoptadas estrategias que no tienen lo local como prioridad.

Naturalmente, que los planes financiero (hablamos en su mayoría de empresas con dificultades económicas) y organizacional (se trata en muchos casos de radios con pequeñas estructuras a nivel de recursos humanos y materiales) no deben ser olvidados. En este aspecto, se intentó crear un plan de incentivos que ayudase a la modernización tecnológica, pero un estudio sobre la eficacia de esos apoyos muestra como ellos no obtuvieron el resultado deseado. “El impacto de esos apoyos está lejos

de haber alcanzado los objetivos, ya que no fueron suficientes para potenciar una mayor dinámica general de este subsector [...]” (Carvalho, *et al.*, 2010: 287).³⁷

Por razones históricas y ontológicas, no es posible disociar radio local de proximidad y es en ese cuadro en el que las políticas públicas para el sector de la radio deben ser adoptadas, considerando, por otro lado, los desafíos que el siglo XXI coloca a los medios de comunicación social en general y a la radio en particular. La línea que seguimos en el presente texto afirma la radio local en cuanto espacio simbólico para el intercambio simbólico entre los individuos de una comunidad y enfatiza la especificidad de lo local traducida en términos periodísticos en una especialización territorial de los contenidos. Es por eso, necesario fortalecer las radios locales en este dominio creando condiciones para que los profesionales, sobre todo los periodistas, puedan ejercer su función con base en la experiencia directa del territorio condición, en este contexto, fundamental para el conocimiento.

Referências Bibliográficas

Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC), (2013). Estudo sobre os Principais Grupos de Custos de Financiamento das Rádios Associadas da ARIC. [Online], 14 Abril, disponible en: <http://www.aric.pt/noticia.php?id=1002> [Acessado 16 Abril 2013].

Bonixe, L. (2013). *Jornalismo e jornalistas das rádios locais portuguesas*. [Seminário “25 Anos de Rádios Locais em Portugal” para Escola Superior de Educação de Portalegre], Escola Superior de Educação de Portalegre, 18 Abril.

Bonixe, L. (2010). Legalização, Concentração e Multimédia – Os desafios das rádios locais portuguesas. *Rádio-Leituras*, ano 1, Julho-Dezembro, pp. 187-202.

Bonixe, L. (2003). *As rádios locais em Portugal: informação e função social. Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*. 177p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.

Cádima, F. R. (1999) *Desafios dos Novos Media*. Lisboa: Editorial Notícias.

Carvalho *et al.* (2010). *Estudo de Impacto dos Incentivos diretos concebidos pelo Estado aos órgãos de comunicação social regional e local*. Lisboa: UNL-Média XXI.

Castells, M. (2003). *O Poder da Identidade*. Lisboa: Calouste Gulbenkian.

Chantler, P. & Harris, S. (1997). *Local Radio Journalism*. Oxford: Focal Press.

Correia, J.C. (1998) *Jornalismo e Espaço Público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. London: Routledge.

³⁷ Traducido libre del portugués: “O impacto desses apoios está longe de ter alcançado os objectivos, uma vez que não foram suficientes para potenciar uma maior dinâmica geral deste subsector [...]” (Carvalho, *et al.*, 2010: 287).

Domínguez, J. M. (1997). Los media locales en la Cataluña y la ACL. En: Escudero, M. C. (Org.). *Radiotelevisión Pública Local y Alternativa – Perspectivas*. Sevilla: EMA RTV, pp. 217-224.

Eco, U. (1981). Una nueva era en la libertad de expresión. En: Bassets, L. (Org.). *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 213-230.

Entidade Reguladora para Comunicação Social (ERC), (2012). *Diretiva sobre a promoção da diversidade informativa nas rádios Deliberação*. [Online], 10 Julio, disponible en: <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OjltZWRpYS9kZWVpc29lcY9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvMTk4OC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjIyOjlkZWxpYmVvYWNhby0xb3V0LXIyMDEyIjtzOjI9/deliberacao-1out-r2012> [Accesado 22 Abril 2009].

Escudero, M.C. (1998). *Radio Pública Local*. Madrid: Fragua.

Esteves, J.P. (1998). Comunicação regional e local em Portugal. *Comunicação e Linguagens*, no.8, pp. 55-70

Faustino, Paulo (2000). A Imprensa Regional em Portugal : o estado da arte e práticas de gestão. *Revista Observatório*, no.1, Mayo, pp. 89-96.

Flichy, P. (1981). La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa Occidental. In: Basstes, L. (Org.). *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp.180-188.

Galindo, J. A. G. (1998). Participación social y democracia: los ciudadanos y los medios de comunicación. In: Escudero, M. C. (Org.). *La Democratización de los Medios Radiotelevisión Comunitária*. Sevilha: II Congreso de Radio y Televisiónes Locales, Públicas y Alternativas, pp. 289-295.

Garcia, R. T. (2012). *Vínculos comunicacionais e sentimento nacional: noção tradicional e Internet*. In: De Oliveira Menezes, J. E. & Cardoso, M. (Orgs.). *Comunicação e Cultura do Ovir*. Editora Plêiade: São Paulo. pp. 247-265.

Hendy, D. (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.

Hood, L. (2010). Radio Recentered: Local News Returns Home. *Journal of Radio & Audio Media*, vol.17, no. 2, pp 151-166.

Maia, M. (1995). *A Telefonía*. Lisboa: Círculo dos Leitores.

Meios & Publicidade. (2012). *É terrível o que se está a passar com as rádios locais*. [Online], 18 Junio, disponible en: <http://www.meiosepublicidade.pt/2012/06/e-terrivel-o-que-se-esta-a-passar-com-as-radios-locais/> [Accesado 12 Fevereiro 2013].

Mesquita, M. (1994). Os Meios de Comunicação Social. In: Reis, A. (Org.). *20 anos de democracia em Portugal*. Lisboa: Círculo dos Leitores. pp. 360-405.

Moreno, E.M. (2002). El Tratamiento Radiofónico de la Información Local. En: Martínez-Costa, M. P. (Org.). *Información Radiofónica*. Barcelona: Ariel, pp, 330-349.

Nosty, B.D. (1997). Los medios públicos regionales y locales - El futuro de los canales autonómicos y los medios locales públicos. En: Escudero, M. C. (Org.). *Radiotelevisión Pública Local y Alternativa –*

Perspectivas. Sevilla: Asociación de Emissores Municipales de Andalucía de Radio y Televisión, pp.157-169.

Office of Communications (OFCOM), (2011). *The future of Small Scale Radio – A Research Report of Ofcom*. [Online], Julio, disponible en: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/radio-research/smallradio.pdf> [Accesado 10 Abril 2013].

Project for Excellence in Journalism (PEJ), (2004). *Radio Intro*. [Online], disponible en: <http://stateofthedia.org/2004/radio-intro/> [Accesado 22 Abril 2009].

Rebelo, J. (2011). *Ser Jornalista em Portugal – perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.

Rodrigo, M. & Ruiz-Collantes, X. (1981). Cronología. En: Bassets, L. (Org.). *De las Ondas Rojas a las Rádios Livres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 265-276.

Santos, R. (2008). As Rádios Locais em Portugal, 2000-2004. En: Pinto, M. & Marinho, S. (Orgs.). *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco anos do Século XXI*. Porto: Campo das Letras.

Starkey, G. (2011). Directo e local nunca mais? As comunidades de ouvintes e as tendências de globalização na propriedade e produção de rádios locais. *Comunicação e Sociedade*, vol. 20. pp: 157-172.

Tristani, G. (1998). *Keeping the Local in Local Radio: Remarks of FCC Commissione Gloria Tristani before the Texas Broadcasters Association*. [Online], 3 Septiembre, disponível: <http://transition.fcc.gov/Speeches/Tristani/spgt811.html> [Accesado 17 Mayo 2006].

Capítulo 5

Medios, políticas públicas e identidades: guerras ontológicas y comercio cultural en el universo *quilombola*.

Ana Stela de Almeida Cunha

Introducción

Aunque el concepto de ‘*quilombo*’ haya sido definido por el *Conselho Ultramarino Português* de 1740 como “toda habitación de negros fugados que sean más de cinco, en zona desprovista, aun cuando no tengan ranchos construidos ni se encuentren *pilões* [especie de mortero] en ellos”, sus reelaboraciones y resignificaciones han sido constantes (Acevedo y Castro, 1998, Almeida y De Wagner, 2002, 2010, Arruti, 2005, Gomes, 2005, Gusmão, 1979, O’Dwyer, 1995, Diegues y Arruda, 2001) y el término tiene hoy una multiplicidad de sentidos y usos. Tales conceptualizaciones son estrictamente relevantes cuando relacionadas a las discusiones actuales acerca de las identidades, por eso, este texto es una invitación a las reflexiones sobre ellas cuando resultantes de políticas públicas (o viceversa) junto a comunidades específicas a través de las experiencias educativas uniendo conocimiento tradicional y dispositivos tecnológicos. Trataré aquí de un proyecto aprobado por el *Programa Petrobras Cultural* (PPC) teniendo como proponente a la *Associação Cultural e Folclórica Vimarense*, que representa el *Bumba Boi de Guimarães*, ‘juego’ oriundo de Damásio, un ‘*quilombo*’ (palenque) localizado en la zona rural de Guimarães, Maranhão. Para seguir con la discusión sobre ‘*quilombo*’, ‘comunidades tradicionales’ e identidades apunto para una definición de *quilombos* la cual compartimos, dada por Arruti (2005), afirmando que:

[...] las comunidades *quilombolas* constituyen grupos movilizados en torno de un objetivo, en general, la conquista de la tierra, y, definidos con base en una designación (etnónimo) que expresa una identidad colectiva reivindicada con base en factores pretendidamente primordiales, tales como un origen o ancestros comunes, hábitos, rituales o religiosidad compartidos, vínculo territorial centenario, parentesco social generalizado, homogeneidad racial, entre otros. Ninguna de esas características, sin embargo, está presente en todas las situaciones, así como no hay

ningún trazo característico capaz de traducir una unidad entre experiencias y configuraciones sociales e históricas tan distintas. (2006: 39)

El propio Gobierno Federal parece compartir esta conceptualización, definiendo '*quilombo*' como "grupos étnico-raciales según criterios de auto atribución, con trayectoria histórica propia, dotados de relaciones territoriales específicas, con presunción de ancestralidad negra relacionada con la resistencia a la opresión histórica sufrida". (Brasil, 2010)

Inicialmente llamados de 'remanentes de *quilombos*', ciertos grupos sociales brasileños experimentan las más distintas formas de denominación, sean endógenas (tierras de negro, *mocambo*, entre otras) o exógenas. Esas clasificaciones fueron siempre semánticamente condicionadas y, consecuentemente, la propia formación de aquello que seríamos en cuanto 'nación' (algo identitario, reconocible y aceptable como común a todos nosotros, pertenecientes a un mismo supuesto 'pueblo' está aún hoy 'adherido' a nuestro sentimiento dualista de 'raza' y 'etnia', conceptos que nos persiguen, o que nosotros los perseguimos).

Así, elaboraciones acerca de lo que es un '*quilombo*' y todas las consecuencias de esta definición están en plena fase de fermentación. Es un hecho que, desde el inicio de la década de los 90's, vivimos en Brasil, de modo singular, acontecimientos importantes en lo que respecta a algunos grupos hasta entonces menospreciados.

Las poblaciones 'negras' (para utilizar una de las adjetivizaciones raciales), especialmente las localizadas en el campo, pasan a adquirir visibilidad y nuevo estatus a partir de la Constitución de 1988, cuando el famoso 'Artículo 68', una disposición constitucional transitoria, que solo vendría a conocer alguna propuesta de reglamentación casi 10 años más tarde (1995), se torna objeto de mayores discusiones y reflexiones.

Poco más tarde, en 2002, Brasil ratificó la Convención 169 de la Organización Internacional del Trabajo, lo que hizo con que el 'estatus' de los recién denominados '*quilombolas*' fuera ahora el de «pueblo tribal» (en contraposición a los indígenas, que fueron definidos como «pueblo autóctono», aceptando como único criterio el de la auto-definición.

Por lo tanto, los distintos grupos del conjunto de la población nacional por su modo de vida y su relación con la historia, la memoria y el medio ambiente, pueden de ahora en adelante pretender, siempre colectivamente, el derecho a un territorio, el

cual es, entretanto, nombrado diferenciadamente y concedido según modalidades variables en función de las categorías referidas. (Boyer, 2011:1)

Para bien o para mal, esas discusiones (muchas veces restringidas al universo académico o jurídico) acaban por ganar cuerpo (gracias sobre todo a los movimientos negros de diversas partes de Brasil) resultando en políticas públicas que, por primera vez en la historia del país, están vueltas específicamente para esta población, sea por reparaciones históricas, sea por el hecho de tomar tales comunidades como específicas. Pero esta es otra historia. Lo que importa aquí es que no solamente el territorio pasa a ser reivindicado, sino todo un conjunto de acciones que oscilan, como es anteriormente dicho, entre la reparación histórica y la inserción en el contexto social actual. Bajo estas perspectivas, las alteridades son explicitadas y no raras veces forjadas.

Conscientes de que clasificar es, sobre todo, producir diferencias, apuntaremos algunas de estas alteridades, sea por intereses políticos y/o de los propios movimientos sociales involucrados, nuestra intención es antes observar este proceso en tanto esté incrustado en el mercado cultural. Pero, cabe antes preguntarnos, ¿qué público es éste que se beneficiaría de tales políticas? ¿Dónde están localizados?, ¿cómo actúan en esta dinámica de formulaciones políticas? ¿Será que de hecho hubo solamente beneficios?

Se busca así, repensar las relaciones entre el mercado cultural y las comunidades ‘tradicionales’ (en este caso específico, las comunidades ‘*quilombolas*’) y el papel tanto del Estado cuanto de las empresas y de la sociedad civil en este contexto. Volver a ver, por lo tanto, lo que llamaremos de ‘guerra ontológica’ entre dos universos que, inicialmente, son/están antagónicos en este escenario que incluye producción cultural, patrimonio inmaterial, movimientos sociales y mercado.

Como estamos en pleno torbellino de los acontecimientos, queda difícil evaluar con claridad el alcance y dinamismo de tales políticas. Pero trataremos de comprender el movimiento actual. La SEPPIR (*Secretaria Especial de Promoção da Igualdade Racial*) contabiliza hoy 1948 comunidades reconocidas oficialmente por el Estado Brasileño como ‘*quilombolas*’ y 1834 comunidades certificadas por la *Fundação Cultural Palmares* (FCP), estando 63% de ellas en el Noreste. Por lo tanto, la misma SEPPIR indica una estimativa de cerca de 3900 comunidades *quilombolas* por todo Brasil, número, por tanto, bastante superior al de las comunidades reconocidas y certificadas.

Tales números representan cerca de 1.17 millones de brasileños, distribuidos mayoritariamente en la región Noreste y especialmente en Maranhão, estado que representa el mayor número de comunidades *quilombolas* certificadas por *Fundação Cultural Palmares* (FCP) (*Relatório Brasil Quilombola*,

julio 2012). Estos datos reflejan antes una historicidad, un movimiento de las comunidades envueltas y no son, por así decir, espontáneos.

El *Programa Brasil Quilombola*, lanzado en 2004, cuya coordinación está en las manos de la *Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial*, tiene sus despliegues y su desenvolvimiento en otros diecinueve ministerios del gobierno federal. En 2007, la gestión fue fortalecida por medio de la *Agenda Social Quilombola*, instituida en 2007. Ambos tienen como meta re-direccionar políticas que antes se veían centradas en uno o dos Ministerios, buscando justamente la polifonía.

Así, el número de brasileños beneficiados por los programas instituidos no solo por el '*Programa Brasil Quilombola*' sino también por la *Agenda Social Quilombola*, rondan los 2 millones. Indirectamente estas políticas tienen un alcance aún mayor. Nos interesa, en este texto, pensar de qué manera las comunidades '*quilombolas*' se rearticulan delante de esta nueva realidad social, enfrentando desafíos de mantenimiento y rupturas, sean de identidades, económicas o sociales.

Para eso, vamos a pautar nuestras reflexiones en una etnografía larga y participativa, con el *Bumba Boi* de Guimarães, institucionalmente denominado '*Associação Cultural e Folclórica Vimarense*', con la cual trabajamos hace más de 12 años y con la cual tuvimos, de formas distintas, oportunidad de trabajar en dos proyectos financiados por el Programa Petrobras Cultural, cuya experiencia será la base de nuestra etnografía/reflexión.

Como dejaré claro más adelante, no es mi intención criticar modelos de políticas (no necesariamente '*públicas*') dirigidas para este segmento de la población brasileña, pero sí reflexionar acerca del modo como están siendo conducidas y de qué forma somos agentes en este proceso, buscando la mejor forma de mediar estos dos universos, o antes, de insertarnos en las mediciones.

El '*Boi*', el '*negro*' y la '*cultura*'

El juego del *Bumba-Boi*, conocido en otras partes de Brasil como *Boi de Mamão*, *Boi Bumbá* o *Bumba-meu-boi*, presenta características únicas en Maranhão, cuando los '*bois*' salen, durante los festejos de junio, para cumplir promesas: Los cueros son cambiados, son puestos en escena los autos (o comedias), en una verdadera teatralización del hibridismo tan anunciado y que vino a dar cuerpo a la '*cultura brasileña*'.

El *Boi de Guimarães* es referencia entre *maranhenses* por estar ligado a aquellas narrativas que localizan en este municipio el surgimiento de los '*juegos*' de *Boi*. Mismo en la capital y otras regiones, las

tradiciones orales dan a entender que en Guimarães el ‘juego’ ya era realizado en tiempos de esclavitud, tal vez desde el siglo dieciocho.

Es este ‘juego’ el objeto de esta etnografía, el llamado ‘*Bumba Boi de Guimarães*’, que tiene su origen en el poblado de Damásio, hoy llamado de ‘*Quilombo de Damásio*’, tierra donada, aún en el siglo XIX, por el antiguo señor del ingenio, Manoel Martins, a tres de sus esclavas, como relatan moradores acerca de la memoria colectiva local, que nos remite a una ancestralidad no solamente ‘africana’ sino también portuguesa, a través de varias formas de ‘saber’ como la danza portuguesa, o a través de la presencia de ‘encantados’ (entidades espirituales) de los *Pajés* de Negros y Tambor de Mina, que son de origen marcadamente portugués, como Don Luis, São Sebastião y Dorinha.

Por tanto, la multiplicidad de ‘ascendencias’ acabó por definir, curiosamente, la comunidad como ‘sin ascendencia’ ‘africana’, ya que, para nuestro imaginario de lo que es ‘africano’ debería, esta comunidad, presentar resquicios (sobre todo léxicos) de lenguas ‘africanas’.

La variedad de acentos de los *Bumba Bois* en Maranhão (maneras de tocar los instrumentos, de confeccionar la indumentaria, de danzar y de presentar el juego) es tan diversa como compleja, pero hay casi una voz unísona cuando se trata de los *Bois de Zabumba* todos indican este como el ‘acento ancestral’, que vino a dar origen a muchos otros acentos. Discutiremos, más adelante, la importancia de autodefinirse como “tradicional” ante esas políticas públicas y el efecto de esa atribución.

Entre los *Bois de Zabumba* se destaca el *Boi de Guimarães*, que acabó por dar origen, de hecho, a un nuevo acento, el ‘acento de Guimarães’, por su singularidad. Tocando *zabumbas* aún apretadas en la cuerda y panderos afinados en la fogata, los participantes de este *Boi*, en su mayoría oriundos de la zona rural del municipio de Guimarães (distante alrededor de 700 kilómetros de la capital), pertenecen a lo que hoy llamamos de ‘*quilombos*’ pero que, tradicionalmente, eran conocidas como ‘tierras de negros’.

Así, elementos de las comunidades negras rurales, ricamente reelaborados a través de siglos de contacto con la presencia indígena y una anterior ‘historia’ de intercambios y opresiones con el ibérico colonizador acabó por resultar en una identidad única, con prácticas específicas que nos sumergen en esta teatralidad, danza, parodia, envueltos en la musicalidad y conducidos por la fe en sus amplios significados. “El *Boi* juega por la fe, por la promesa alcanzada”, nos cuenta Marcelino Azevedo, director y ‘Maestro’ del *Bumba Boi de Guimarães*, en entrevista concedida a Ana Stela de A. Cunha, en enero de 2011, Guimarães, Maranhão/ Brasil.

Fuertemente vinculados a San Juan Bautista, santo a quien rinden homenaje, pero también a muchos otros ‘encantados’, entidades que gustan de bailar y tocar el pandero y la maraca, los ‘*Bumba-Bois*’ salían, de poblado en poblado, pagando las promesas por una cura alcanzada, un deseo conseguido.

El señor Marcelino Azevedo registró el juego que practicaban hace siglos, a través de las generaciones, en el año de 1971, constituyendo acta y eligiendo miembros para la presidencia. Desde el año de 1974, el *Bumba-Boi* de Guimarães, ya como ‘*Associação Cultural e Folclórica Vimarense*’ viaja sistemáticamente a la capital São Luis, durante los festejos de junio, para sus presentaciones en las kermeses locales.

En el año de 2011, el *Bumba-Boi* de Guimarães cumplió 40 años de existencia institucional, pero su existencia remite a por lo menos tres generaciones, cuando los abuelos del Sr. Marcelino aún jugaban el *Boi*, adornaban el novillo a ser ofrendado a San Juan Bautista como un pago a una dádiva alcanzada.

Desde hace 17 años siguiendo el cotidiano de la comunidad de Damásio, acabé por conocer al señor Marcelino algunos años después de una primera visita al local. En el año de 2005, el proyecto ‘*Falando em Quilombo*’, patrocinado por el Programa Petrobras Cultural, propuesto por mí fue contemplado e implementamos ahí un modelo diferenciado de educación, que atendiera esa parte de la población brasileña. En aquel momento, Petrobras financiaba apenas proyectos ‘culturales’. Por primera vez hubo una demanda envolviendo la educación formal, de salón de clases, en una comunidad ‘*quilombola*’. Fue preciso, según indicaciones de la propia Petrobras, adaptarse a esa demanda. Al final, ¿cuál es el límite de la línea tenue que separa ‘cultura’ y ‘educación’? ¿Qué categorías son estas? El *Bumba Boi* siempre estuvo presente en los salones de clase, y es parte, de forma transversal, de los currículos locales.

Otros ‘juegos’, como el *Tamborinho*, la *Cearença* y el *Pastor* están completamente integrados en el cotidiano local y la separación escuela/comunidad tiene ahí otra característica, otra dimensión. Los financiamientos para proyectos siempre tuvieron una delimitación bien clara: de un lado proyectos culturales, de otro, (raros) los educativos. Esa segmentación acabó por solidificar la folclorización sobre actividades seculares, que pasaban a adquirir, tal como los habitantes de determinados espacios y con historias específicas, el nombre de patrimonio ‘inmaterial’, debiendo caber en el rotulo único de ‘educación’ o ‘cultura’, como si esas dos realidades no fueran fluidas y transitaran libremente una por la otra.

En 2007 enviamos nuevamente una propuesta de proyecto cultural/educativo a Petrobras, siendo esta vez la Asociación la proponente. Muchos obstáculos fueron vencidos, pero innumerables

problemas surgían a partir de esa realidad, todos relacionados a una verdadera ‘guerra ontológica’ que pasó a existir entre el mundo real, de las comunidades, y el mundo exigido por el mercado cultural, de la industria del entretenimiento, del que hacen parte los proyectos financiados por esas grandes empresas. Pasemos, a partir de ahora, a comprender mínimamente estos universos.

Las políticas públicas, el comercio cultural y la guerra ontológica

Los estudios sobre ‘política pública’ son aún bastante recientes en Brasil, albergando una gran variedad de definiciones y divergencias conceptuales. Asumiremos, para este texto, la segunda posición apuntada por Secchi (2010: 2), al afirmar que “algunos autores e investigadores defienden el abordaje estatista, mientras otros defienden abordajes multicéntricos en lo que se refiere al protagonismo en el establecimiento de políticas públicas”.

Así, consciente de que ni toda política pública es propuesta/ejecutada por el Estado, sino que pasa por sus diversas áreas/ramas, asumimos este abordaje multicéntrico, tratando de discutir aquí las acciones propuestas por grandes empresas, vía herramientas estatales (como la Ley Rouanet), y sus implicaciones en la dinámica que secularmente practican sus manifestaciones y que necesitan, a la luz de nuevas posibilidades de mantenimiento, adecuarse a un sistema de producción cultural que exige, además de ‘trazos de tradición’ (es decir, ‘ancestralidad’ como fundamento), dinamismo e innovación.

Nos referimos aquí, especialmente, a las convocatorias de ‘CULTURA’ que, a través de avisos públicos, seleccionan un número específico de acciones. El *Bumba Boi de Guimarães (Associação Cultural e Folclórica Vimarense)* ya fue proponente de uno de los más prestigiados de estos ‘Programas’ (el *Programa Petrobras Cultural*) además de otros menores, así como recibió premios (*Prêmio Mestres da Cultura Popular*, 2010, entre otros) vinculados/ofrecidos por el Ministerio de Cultura. El ‘ajuste’ entre el juego, sus manifestaciones y organización con el producto ‘cultural’ exigido por tales convocatorias acaba por provocar lo que llamamos aquí de ‘guerra ontológica’, desequilibrando, no raras veces, una estructura que posee otros significados y valores.

El juego venía siendo practicado, como ya fue dicho, secularmente. Desde que pasó a ‘jugar’ en las kermeses promovidas por el Gobierno del Estado de Maranhão (aproximadamente 1975), la Asociación tuvo que adaptarse a un modo de representación que no era característico de este juego. Hubo la necesidad de una ‘reconfiguración’ de su teatralidad, que antes duraba la madrugada entera, en la puerta de casas en que iban a ‘pagar la promesa’. Ahora, en la capital, las representaciones son de 60 minutos exactos, con otros grupos esperando su turno para que puedan presentarse en el mismo espacio, de forma que los atrasos no son permitidos. Así, se perdió no apenas su contenido,

sino toda la significación, además de la reconfiguración especial y todo lo que envuelve esta nueva dinámica.

Cuando son contemplados en convocatorias como estas, propuestas por grandes empresas, los ‘juegos’ necesitan adaptarse y rápidamente. De una comunidad estrictamente oral, necesitan dominar un universo de burocracias.

El *Programa Petrobras Cultural* (PPC), por ejemplo, posee 11 grandes ‘ejes’ temáticos donde nos podemos inscribir. Uno de ellos, denominado ‘Patrimonio Inmaterial’, posee la siguiente definición y público destinatario:

El objetivo general de esta área es conceder apoyo al inventario, investigación, registro, difusión y salvaguarda del patrimonio inmaterial brasileño. Son objetivos específicos: 1) Favorecer la preservación de la diversidad étnica, cultural y social del País, en especial las culturas indígena y africana; 2) Promover la participación de las comunidades o de personas detentoras del conocimiento a ser divulgado o promovido, y contribuir para la mejoría de las condiciones de vida de esos grupos; 3) Contribuir para la complementación de inventarios, de investigaciones y programas desarrollados por los órganos públicos y de pesquisa, en especial por el *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* (IPHAN). (Petrobras/Selección Pública de Proyectos Culturales, 2011:s.p)

No es mi interés hacer críticas al programa, en su totalidad, sino apenas ilustrar aquí, sobre todo por haber sido nuestra experiencia en dos proyectos, uno como persona física y otro como institución, el momento de adaptación a esas demandas.

El Programa privilegia acciones que favorezcan la diversidad ‘étnica’, en especial la ‘africana’, promoviendo la participación de personas de las comunidades.

Pero en la práctica, ¿cómo se da este proceso? Al comenzar por el propio envío de la demanda, que pretende estimular la ‘inclusión de nuevas formas de saber’, estas exigen el dominio de la escritura (y de un lenguaje preferentemente académico) y evidentemente, del acceso a nuevas tecnologías (la inscripción sólo acontece *online*).

Pero, ante la realidad de Guimarães, en el interior de Maranhão, distante cerca de 400 kilómetros de la capital, en uno de los municipios con peores IDH de Brasil (12 mil habitantes, más de 60 % residentes en zona rural, sin acceso al agua entubada, sistema de drenaje, recolección de basura,

mucho menos telefonía), local de origen no sólo del sr. Marcelino Azevedo, sino de todos los participantes de su “*Bumba Boi de Guimarães*”, ¿cómo esperar el registro en línea de un formulario que ellos ni siquiera consiguen leer?

La mediación a través de alguien que provenga de un universo académico es casi obligatoria.

Una vez que el proyecto haya sido seleccionado, la verdadera ‘guerra ontológica’ comienza... Es preciso tener cuenta específica en banco. En Guimarães, no hay agencia del *Banco do Brasil*, por lo que el sr. Marcelino era obligado a tomar un ‘*pau de arara*’ [camiones o camionetas de estructura precaria, donde los pasajeros van, muchas veces, parados en la parte de atrás] y viajar hasta la ciudad más próxima, Mirinzal, cada vez que fuera necesario hacer algún movimiento bancario.

Los recursos del proyecto son depositados en una cuenta corriente específica para gastos con el proyecto, todas las adquisiciones y gastos deben tener nota fiscal a manera de comprobante y, cierta vez, mientras Marcelino oía hablar de la ‘crisis’ por la cual pasaba Brasil (esto en 2008), decidió ir hasta el *Banco do Brasil*, sacar todo el dinero de la cuenta corriente y guardar, literalmente, debajo de su colchón, pues algunos amigos habían dicho que los bancos confiscarían el dinero de las personas, tal como había sucedido en años anteriores. ¿Cómo explicar a un señor de más de 70 años que estas acciones no podían ser hechas de ese modo? Después de tranquilizado, el Sr. Marcelino aceptó volver al banco, para hacer nuevamente el depósito del valor sacado.

Al final del proyecto, teníamos que presentar un material físico, no apenas las clases, los encuentros, la formación e intercambio de saberes, que hubo a lo largo de los 2 años de proyecto, sino dos libros y un CD con un pequeño documental. Pero queríamos hacer más que eso.

Todos los años el cuero de los ‘Bois’ (el *Bumba Boi*, hecho de terciopelo, ricamente bordado con mostacilla y canutillo) es cambiado. Existe todo un ritual para eso (para el cambio del cuero), que va a ser presentado finalmente a la comunidad en las vísperas de San Juan. Pero, antes, el cuero es bordado por una persona específica, que se dedica especialmente a este saber. Marcelino sólo borda los ‘cueros’ de sus ‘Bois’ con el señor Niel, quien vive en Jacarecoara, un poblado en el municipio vecino. Nadie puede ver ese cuero antes de ser presentado a la comunidad.

Marcelino quería que se bordara el logotipo de la empresa, ya que era ella quien estaba patrocinando el proyecto. Llevó un logotipo, dejó como modelo. Con el cuero bordado, el día de la presentación del ‘Boi’ a la comunidad, fotografiamos el mismo y enviamos, orgullosos, a Petrobras. Antes, ese cuero había sido ‘bendecido’ por un *Pajé* local, antes de ser bendecido por la Iglesia Católica. Todo un ritual que exige secreto y varios ritos.

En el día siguiente, recibimos un comunicado del Departamento de Auxilio a Proyectos, pues el logotipo no tenía las ‘medidas’ impuestas y exigidas por la empresa. ¿Cómo podríamos revertir la situación? El ‘Boi’ ya estaba listo para ‘jugar’, había sido bautizado... presentado a la población. Modificar su cuero era sacrilegio, tabú...

Cómo explicar esta visión de mundo a una empresa? Si, por un lado, ellos estaban proporcionando la continuidad y garantizando la estabilidad del juego, a través de la inserción de un recurso capaz de garantizar la adquisición de material para su mantenimiento y el pago de profesionales externos que indirectamente llevaban este juego a otra categoría ante los ojos locales, ya que el *Bumba boi de zabumba* es visto como juego de ‘viejos’ (y la presencia de jóvenes investigadores/colaboradores en el local, dio un nuevo impulso, atrayendo jóvenes para el mismo), por otro lado, teníamos que amoldarnos a una demanda que exigía un producto específico, dentro de los patrones impuestos por una empresa.

Podríamos escribir páginas de ejemplos de incongruencias, asimetrías entre lo que el mercado cultural exige (grupos que remiten a una ‘ancestralidad’, con la originalidad típica del consumismo inmediato, para un público ávido por conocer un Brasil ‘desconocido’, o supuestamente ‘intacto’, donde la ‘esen’ y pureza aún residen) y la realidad mismo de las comunidades envueltas.

Hace parte de este imaginario mítico, para consumo, un escenario construido en un espacio geográfico actualmente ‘romantizado’, pero que ya fue, innumerables veces, demonizado, el Noreste, local donde están concentrados, curiosamente, el mayor número de comunidades *quilombolas*.

Según los intereses del Estado (ni siempre tan planeados) y la propia deriva histórica, la unidad de la región va siendo, poco a poco, elaborada y hoy el discurso y la imagen de un Noreste como un espacio común, homogéneo, que ‘guarda y preserva’ tradiciones culturales son extensos e intensamente explorados.

La Antropología ha dado pasos largos en la dirección de discutir la relación entre la formación de identidades, a través de ciertas producciones culturales e impulsadas por el mismo sistema político/social, y también ha actuado de forma interesante, con producciones muy distintas, dada la diversidad y extensión de la población ‘negra’ brasileña y sus intersecciones con otros grupos. Así, la búsqueda por trazos que remonten a un África utópica y mítica, ancestral, es aún campo de interés en el comercio cultural.

Las comunidades no han salido ilesas de este proceso. Hoy, realzar trazos de ‘africanidad’ es parte fundamental de un juego que estimula identidades. El *Bumba Boi de Guimarães*, por ejemplo, siempre fue tenido como juego de ‘viejos’ sobre todo por exhibir una indumentaria muy ligada al universo rural. Las ‘indias’ (parte del grupo, constituido por jóvenes bailarinas) de los *Bois de Zabumba* son, en

contraste con otros acentos (especialmente el de Orquestra, muy prestigiado en la capital) bastante conservadoras y presentaban, hasta 2008, una indumentaria bien rústica, de rafia. Las indias de los 'Bois' de la capital, por otro lado, presentan una indumentaria muy semejante a la de las escuelas de samba de Rio de Janeiro, con plumas coloridas, muy reducidas y sensuales.

El *Boi de Guimarães*, para evitar la 'fuga' de las jóvenes 'indias' acabó teniendo que ceder a esa demanda, 'modernizando' la indumentaria de las chicas y dejando más partes del cuerpo a muestra. Después de un contacto mayor con investigadores de fuera, que hablaban constantemente en 'tradición', 'africanidad', entre otros conceptos muy difundidos por nosotros en estos contextos y, sobretodo, debido a la constatación de que grandes empresas y el Estado, financiadores actuales de esos grupos, se interesan por la 'antigüedad', por la 'ancestralidad', acabaron por volver atrás en la decisión anterior y, años más tarde, reformularon, nuevamente, la indumentaria de sus indias.

Otros personajes del juego, que simplemente habían desaparecido con el tiempo, volvieron a fortalecerse (como los animales, la mulita, el lagarto, etc... que hacen parte del teatro), y Marcelino llegó a pedir para visitar la Casa de Nhozinho (Museo de Arte Popular de Maranhão) para investigar sobre fotos antiguas de *Bois de xabumba*, para que pudiese asimilar nuevos personajes podría haber dejado 'escapar' de su juego.

Ahora, este *Boi*, que es considerado como uno de los más 'tradicionales' del estado, está buscando la tradición...Pero, ¿qué es, exactamente la tradición para uno y otro, para un grupo y para las empresas/Estado? Ciertamente deberán partir de un concepto consensual, una vez que necesitan uno del otro, recíprocamente, para que el engranaje siga caminando. En este sentido, los medios de comunicación han ejercido un papel fundamental, reinventando lenguajes y posibilitando una exposición más dinámica, menos centralizada y menos estereotipada sobre ese segmento de la población.

No hablamos de los medios convencionales, pero sí de las nuevas formas de utilización de redes sociales, de divulgación de sonidos e imágenes, por parte, sobretodo, de los jóvenes de esas comunidades, y que han sido fundamentales para la 'desmitificación' acerca de los *quilombos*. Jóvenes 'quilombolas' hacen *pagode*, oyen *rap*, gustan de películas de acción y comparten fotos en Facebook. Esa nueva generación, cuyo acceso a los medios ha sido cada vez más sencillo, dio una nueva 'cara' a un segmento de la población brasileña.

La descentralización de acciones dirigidas a las comunidades *quilombolas* (como cito anteriormente, con la responsabilidad da la SEPPPIR, pero bajo la tutela de otros 19 Ministerios) evidencia que este deja de ser un tema exclusivo de la rúbrica 'cultura' para integrar acciones de Ministerios como los de

Salud, de Trabajo y de Educación, entre otros. De hecho, hasta la publicación del *Programa Brasil Quilombola* (SEPPIR, 2004), casi todas las acciones destinadas a los *quilombos* eran de dominio del Ministerio de la Cultura y pertenecían a este segmento fluido denominado 'Cultura'.

Hoy lo que vemos son acciones extendidas, aun no muy bien articuladas, pero nos parece todavía precoz cualquier diagnóstico en este sentido, una vez que estamos dentro de ese torbellino de mudanzas, implementadas tímidamente en algunos sectores, pero ya muy arraigadas en otros tantos.

Pensar en el papel fundamental que las nuevas tecnologías han ejercido en estos contextos es el primer paso para comprender de qué forma los nuevos movimientos sociales, menos politizados aparentemente, muchas veces inconscientes, gestionados y protagonizados por jóvenes de esas comunidades, han estado adquiriendo visibilidad de forma distinta a la de los movimientos negros brasileños.

Referencia Bibliográfica

Acevedo Marin, R. E. & Castro, Edna R. (1998). *Negros do Trombetas: guardiães das matas e dos rios*. Belém: UFPA- NAEA.

Almeida, A. & De Wagner, B. (2002). Quilombolas: conflitos e riscos na área pericial. En: O'Dwyer (Org). *Quilombos: identidade étnica e territorialidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, pp. 43-82.

Almeida, A. & De Wagner, B. (Org.), (2010). A negação do território: estratégias e táticas do processo de expropriação na Marambaia. En: *Cadernos de Debates Nova Cartografia Social: territórios quilombolas e conflitos*. Manaus: Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia / UEA Edições, pp. 123-165.

Arruti, J. M. (2006). *MOCAMBO: Antropologia e História do Processo de Formação Quilombola*. São Paulo/Bauru: ANPOCS/EDUSC.

Boyer, V. (2011). *Os quilombolas no Brasil: Pesquisa antropológica ou perícia político-legal?*. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. [Online], 13 Julio, disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/61721> [Acessado 13 Agosto 2013]

Brasil. (2008). *Cadernos de estudos desenvolvimento social em debate*. Brasília, n. 9.

Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília.

Brasil (2010). *Lei no. 1.288, de 20 de julho de 2010. Institui o Estatuto da Igualdade Racial; altera as Leis nos. 7.716, de 5 de janeiro de 1989, 9.029, de 13 de abril de 1995, 7.347, de 24 de julho de 1985, e 10.778, de 24 de novembro de 2003*. Brasília.

Diegues, A. C. S. (1996). *O mito da natureza intocada*. São Paulo: Hucitec.

Diegues, A. C. & Arruda, R. S. V. (2001). *Saberes tradicionais e biodiversidade no Brasil*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente.

Gomes, F. S. (2005). *A hidra e os pântanos: mocambos, quilombos e comunidades de fugitivos no Brasil (séculos V/XII - XIX)*. São Paulo: Ed. Polis/UNESP.

Gusmão, N. (1997). Antropologia e educação: Origens de um diálogo. *Cadernos CEDES*, vol. 18, n. 43, pp. 8-25.

Mello, M. M. (2008). *Caminhos criativos da história: territórios da memória em uma comunidade negra rural*. São Paulo: PPGAS/IFCH/UNICAMP.

O'dwyer, E. C. (2002). *Quilombo: Identidade étnica e territorialidade*. Rio de Janeiro: FGV/ABA.

O'dwyer, E. C. (2011). Etnicidade e direitos territoriais no Brasil contemporâneo. *Iberoamericana* (Madrid), vol. 42, pp. 111-126.

Organização Internacional do Trabalho (OIT), (1989). *Convenção no. 169 sobre povos indígenas e tribais*. [Online], disponible en: <http://portal.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=3764> [Acceso 13 Octubre 2013]

Petrobras/Seleção Pública de Projetos Culturais. (2011). Patrimônio Imaterial. [Online], disponible en: <http://ppc.petrobras.com.br/regulamentos/preservacao-e-memoria/patrimonio-imaterial/> [Acceso 13 Octubre 2013]

Secchi, L. (2010). *Políticas Públicas: Conceitos, Esquemas de Análise, Casos Práticos*. São Paulo: Cengage Learning.

Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR), (2004). *Programa Brasil Quilombola* [Online], disponible en: http://www.seppir.gov.br/publicacoes/pub_01. [Acceso 18 Enero 2014]

Capítulo 6

Internet y redes migratorias transnacionales: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración³⁸

Denise Cogo

Introducción, objetivos y contextualización metodológica

A partir de 2008, se intensificaron, en los medios de comunicación brasileños, flujos narrativos que apuntan para el retorno de Brasil a la condición de país receptor de inmigrantes. Este nuevo posicionamiento, ya ocupado por el país al final del siglo XIX e inicio del siglo XX, va a derivar, entre otros, de factores como la crisis global de EUA y de Europa y del mismo fortalecimiento económico y político experimentado por Brasil en el escenario internacional, conforme argumentos levantados en el marco de la propia red discursiva producida y difundida por instituciones gubernamentales, mediáticas y por organizaciones de apoyo a las migraciones. La presencia creciente de estadounidenses, españoles, portugueses, senegaleses, haitianos, bolivianos, etc., ha estado movilizando, en los medios brasileños, un debate público en torno de esta nueva³⁹inmigración, envolviendo sectores gubernamentales y empresariales, organizaciones de apoyo a las inmigraciones, movimientos migratorios, redes sociales y sujetos migrantes.

En el contexto de este debate, observamos el surgimiento de iniciativas de uso de internet por parte de estos nuevos inmigrantes que escogen Brasil como destino, a través de la creación de diferentes espacios de internet, como blogs, sitios web, páginas de redes sociales, etc., a fin de que hablen de sí y de sus experiencias migratorias, así como para la generación de dinámicas de interacción y conversación. El objetivo de este artículo es entender las narrativas que se gestan de la apropiación que hacen los nuevos inmigrantes de internet como evidencia de las múltiples subjetividades que

³⁸El artículo integra la investigación '*Haitianos no Brasil: usos de mídias e cidadania em redes migratórias transnacionais*', desarrollada en el Programa de Posgrado Comunicación y Prácticas de Consumo de la ESPM- São Paulo, Brasil, con el apoyo del CNPq (*Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico*).

³⁹ Nombro como 'nueva inmigración' y 'nuevos inmigrantes' en la perspectiva de demarcar la presencia de flujos migratorios que, poco significativos en esas últimas décadas, volvieron a tener Brasil como destino, tal es el caso de los flujos de españoles y portugueses, y otros que hasta entonces no solían tener a Brasil como uno de los destinos preferenciales, como el de los haitianos.

conforman el cotidiano de estas migraciones y confrontan una visión sistémica que tiende a homogeneizar y diluir las singularidades e imprevisibilidades que constituyen las experiencias migratorias contemporáneas (Mezzadra, 2005).

En esta perspectiva, la reflexión que proponemos considera que esas narrativas ofrecen percepciones sobre cómo estos inmigrantes construyen, en su cotidiano, espacios de relativa autonomía para agenciar sus procesos de inserción en el nuevo contexto de inmigración, en lo que se refiere al engendramiento de redes de sociabilidad y apoyo para la planeación e implementación de sus proyectos migratorios, el enfrentamiento de las políticas migratorias brasileñas de control y regulación, y la recreación multiterritorial de la experiencia de la diáspora en las vinculaciones con el país de origen. En esos espacios, los inmigrantes constituyen un heterogéneo espectro de experiencias individuales y colectivas sobre ser inmigrante en la actualidad, en el contexto del reciente posicionamiento de Brasil como país de inmigración.

Los usos de internet por los ‘nuevos inmigrantes’ en Brasil son analizados, en este artículo, a partir de la selección y observación de un conjunto de narrativas publicadas en dos grupos –‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’ y ‘Españoles en Brasil’– y una página del sitio de la red social Facebook –‘AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil’⁴⁰–, creados, administrados y frecuentados por integrantes de tres de las nacionalidades de mayor presencia entre los nuevos inmigrantes establecidos en el país, en la actualidad – portugueses, españoles y haitianos.

Migraciones transnacionales: un modo de comprensión

Experiencia constitutiva de la historia de la humanidad, los movimientos migratorios contemporáneos se han estado intensificando desde la última década del siglo XX. Según Blanco (2006), sobre todo entre 1965 y 1995, hubo un aumento de las redes migratorias en dirección a los llamados países en desarrollo como resultado de las medidas restrictivas en los países desarrollados, aunque naciones de Europa, de América del Norte y Australia sigan ocupando la posición de principales regiones receptoras de migrantes en el mundo.

Posteriormente, estimativas del Informe sobre las Migraciones en el Mundo, de la Organización Internacional de las Migraciones– OIM (2010), apuntan para la existencia, en 2010, de más de 214 millones de migrantes internacionales en el mundo.⁴¹ Aunque el número de migrantes no haya

⁴⁰ En el texto, optamos por mantener las designaciones del grupo de portugueses y de la página de los haitianos en el idioma original (portugués): A Nova Geração de Patrícios no Brasil [La Nueva Generación de Patrícios en Brasil] y ‘AIHB-“Imigrantes Haitianos no Brasil” [Inmigrantes Haitianos en Brasil].

⁴¹ En 2000, el mismo informe de la OIM registraba la existencia de 150 millones de migrantes en el mundo.

aumentado porcentualmente en relación a la población mundial, la OIM proyecta que, en 2050, si este crecimiento se mantenga, el contingente de migrantes internacionales podrá alcanzar la cifra de 405 millones, como consecuencia, entre otras, de las crecientes disparidades demográficas, de los efectos de los cambios climáticos, de la nueva dinámica política y económica mundial, de las revoluciones tecnológicas y de las redes sociales. Los Estados Unidos es el país del mundo con mayor número de migrantes en cuanto que, en Europa, se sitúan los seis principales países con mayor número de nacidos en el extranjero: Francia, Alemania, Federación de Rusia, España, Ucrania y Reino Unido.⁴²

El registro cuantitativo del incremento de las migraciones internacionales en estas últimas décadas es, entretanto, apenas una dimensión de un fenómeno para el cual concurren diferentes factores de orden cualitativa y que contribuyen para atribuir complejidad a los movimientos migratorios contemporáneos. Una ampliación de los países involucrados en las redes migratorias transnacionales; una mayor diversidad de grupos étnicos y culturales que componen esas redes; un número significativo de mujeres que migran de manera independiente o como jefas de familia; un incremento del número de personas que viven y trabajan en el extranjero sin regularización jurídica así como de refugiados y asilados; un crecimiento de migraciones resultantes de catástrofes ambientales y la intensificación de movimientos migratorios temporales y de circulación; son algunas de las experiencias o dimensiones que componen el escenario de las migraciones en la actualidad (Blanco, 2006).

El desplazamiento de una visión economicista de las migraciones y la atención para las subjetividades migratorias y sus espacios de acción y autonomía ha sido un posicionamiento demandado para esta comprensión cualitativa de la movilidad humana en el ámbito de las ciencias sociales. Sin desconsiderar las causas 'objetivas', circunstancias materiales y relaciones de dominación y desigualdad en las cuales están involucradas las experiencias migratorias, este posicionamiento ha estado favoreciendo percepciones sobre cómo estas migraciones pasan a definirse por su capacidad de portar y sintetizar una pluralidad de posiciones, vínculos, relaciones, conflictos, disputas sociopolíticas, económicas y culturales en las sociedades contemporáneas (Mezzadra, 2005). Observar los desplazamientos culturales e hibridaciones que resultan del ejercicio de las subjetividades migrantes se vuelve, en este sentido, una perspectiva útil para afrontar una visión sistémica o económicamente determinista de las migraciones contemporáneas y afirmar los trazos de turbulencia e imprevisibilidad que las conforman en la actualidad (Mezzadra, 2005). Lo que implica, aún, el entendimiento de las migraciones como movimientos no exclusivamente de permanencia, sino

⁴² Según el mismo informe de la OIM de 2010.

también de fluidez y transitoriedad, que pueden pautarse por sentidos de pertenencia multiterritoriales sin presuponer necesariamente un punto de partida y llegada, espacialidades fijas y temporalidades estables u orientarse por deseos o proyectos individuales y colectivos comunes de integración a los lugares de migración.

La perspectiva de una constitución multiterritorial de las migraciones contemporáneas supone el entendimiento de la diáspora como una identidad colectiva no limitada a un contexto poscolonial, pero que puede emerger de toda situación de dispersión. En esta perspectiva, la diáspora puede constituirse por las experiencias de dispersión de los migrantes por el mundo y en el interior de los propios países de migración, siendo tejida por una multiplicidad de identificaciones, vínculos y cruzamientos, y no sólo por la polarización de identidad nacional homogénea entre el país de origen y los de migración. Las diásporas migratorias desempeñan no solo un papel de soporte de los intercambios y de facilitadores de las relaciones entre sus miembros, siendo también capaces de favorecer y activar procesos de elaboración identitaria que conducen a la propia existencia de una diáspora. Son experiencias que pueden suscitar, todavía, tomadas de consciencia identitarias y deseos de su propia redefinición como comunidades en la dispersión (Scopsi, 2009). Aunque sean más comunes los análisis que enfocan las diásporas migratorias como fuentes de envío de fondos e inyección de capitales a partir de las remesas enviadas por los inmigrantes a sus países de origen, hay investigadores, como Marcelino (2013), que se ocupan en analizar las diásporas también como fuente de remesas sociales. O sea, a partir de su capacidad de llevar e intercambiar flujos de ideas, comportamientos, identidades y capital social entre las comunidades de origen, tránsito y destino de los migrantes, así como de generar intercambios en torno del uso de las tecnologías de la comunicación para promover proyectos socioeconómicos y fortalecer capacidades locales.

Brasil país de inmigración – flujos narrativos

En el contexto de los movimientos migratorios contemporáneos, Brasil es conocido, por un lado, como un país de emigración, a partir del desplazamiento significativo de brasileños para el extranjero que se intensificó en los años 90, especialmente para países como Estados Unidos, Japón, Portugal y Paraguay. Por otro lado, Brasil ha sido reconocido históricamente como un país de inmigración que, entre el año de 1819 y el final de los años 40, recibió alrededor de cinco millones de migrantes, principalmente, italianos, portugueses, españoles, alemanes y japoneses, pero también grupos migratorios menos significativos numéricamente como rusos, austríacos, sirio-libaneses y polacos (Seyferth, 2007).

Desde estos primeros movimientos migratorios, es posible verificar la existencia de control de flujos de inmigración en Brasil asociados al ideal del inmigrante blanco y europeo con el objetivo de que el Estado y los gobiernos aseguraran lo que el país supuestamente necesitaba, o sea, de “trabajadores blancos y sanos, agricultores ejemplares oriundos del medio rural europeo, con todas las ‘buenas cualidades’ del campesino y del artífice, obedientes de la ley, dóciles y morigerados⁴³, de moral inmaculada⁴⁴, etc.” (Seyferth, 2000: s.p.). De entre estos europeos, eran considerados ‘indeseados’ distintos grupos como refugiados, deficientes físicos, gitanos, activistas políticos, viejos, comunistas y los condenados criminalmente. La construcción simbólica de la individualidad nacional ayudó a producir, por lo tanto, los preceptos de exclusión que marcaron la política migratoria en Brasil.

Más recientemente, indagaciones en torno de un ideario de Brasil como nación mestiza y multicultural y sobre los fundamentos de su política migratoria regresan al debate político a medida que el país vuelve a posicionarse como destino creciente de migrantes internacionales. A partir de 2008, en consecuencia, principalmente, de la crisis económica global que afectó Estados Unidos y Europa y de la realización de los llamados grandes eventos en el país, como el Mundial de Fútbol de 2014 y las Olimpiadas de 2016, Brasil empieza a volverse opción de nuevos inmigrantes, entre los cuales se sitúan estadounidenses, españoles, portugueses, senegaleses, haitianos, bolivianos, del mismo modo que el país volvió a ser destino de muchos brasileños que emprendieron proyectos de migración de regreso de Portugal, Japón y Estados Unidos, como resultado, sobre todo, del crecimiento del desempleo en estos países⁴⁵ (Cogo& Badet, 2013a, Cogo& Badet, 2013b).

El censo de IBGE (*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*) de 2010 registró un crecimiento de 86.7% del número de inmigrantes internacionales en Brasil en relación al año 2000.⁴⁶ En 2012, los portugueses constituían el principal grupo de inmigrantes regularizados en Brasil, totalizando 330 860, al tiempo que España ocupaba el cuarto lugar, con 83 926 inmigrantes, según análisis proporcionado, en abril de 2013, por el *Sistema Nacional de Cadastramento de Registro de Estrangeiros* (SINCRE).⁴⁷ En junio de 2013, la *Secretaria de Assuntos Estratégicos* (SAE) de la Presidencia de la República divulgó que los

⁴³ Morigerado hace referencia a quien tiene una manera moderada de vida y es bien-educado.

⁴⁴ Pura, intocada.

⁴⁵ No postulamos aquí la inexistencia anterior de inmigración internacional en Brasil, destacamos apenas su intensificación, una vez que el país nunca ha dejado de recibir inmigrantes, especialmente oriundos de países sudamericanos, como Argentina, Uruguay, Bolivia, etc.

⁴⁶ Por el criterio de fecha fija, o sea, individuos que residían en Brasil en la fecha de referencia del censo, pero que vivían en un país extranjero cinco años antes. De ese total, 65,0% nacieron en Brasil, pudiendo ser considerados inmigrantes internacionales de regreso. Cf. *Jornal do Brasil*, 2012. Los datos del censo no incluyen los inmigrantes no regularizados.

⁴⁷ El análisis abarca el período de 20 de abril de 2006 y 24 de septiembre de 2012, pero no incluye los inmigrantes no regularizados. Los datos fueron proporcionados a la autora por el sociólogo Jurandir Zamberlam, del *Fórum Permanente da Mobilidade Humana* y del *Comitê de Atenção a Migrantes, Refugiados, Apátridas e Vítimas do Tráfico de Pessoas*, ambos con sede en Rio Grande do Sul

cinco mil visados de trabajo concedidos anualmente a extranjeros, en los últimos 20 años, aumentaron para 73 mil en el año de 2013. Estimativas de la *Secretaria Nacional do Ministério da Justiça* indican aún que, entre 2010 y 2013⁴⁸, aproximadamente nueve mil haitianos lograron regularización en Brasil a través de la modalidad de visados humanitarios. Entretanto, la propia SAE reconoce que el porcentaje de 0,3% de inmigrantes internacionales en Brasil es aún muy inferior a la media mundial de 3%, representando un flujo de 6 millones de personas. En los Estados Unidos, la tasa está en 14% y en Canadá en 21,3 %.⁴⁹

Aunque la presencia de inmigrantes internacionales en Brasil todavía sea modesta si comparada a la migración destinada a los Estados Unidos o a países de Europa, este posicionamiento del país como receptor de inmigrantes ha favorecido en la afirmación de su centralidad geopolítica, al situarlo, de modo singular, en la tensión concerniente a las migraciones transnacionales en el contexto del capitalismo global. Tensión que se traduce, por un lado, en la valorización de las inmigraciones en crecimiento en el país y en la necesidad de formulación de nuevas políticas migratorias por el Estado brasileño y, por otro lado, en la exigencia de que el país asuma, a ejemplo de otras naciones, la reducción del excedente de movilidad humana mediante políticas de control (Mezzadra, 2012). En este punto de intersección, entre la libertad del sujeto y la acción de barreras y límites impuestos a esta libertad, la nueva inmigración que llega a Brasil va a concentrar también un conjunto de indagaciones acerca de las contradicciones estructurales de la modernidad relacionadas a la libertad de movimiento celebrada como uno de los pilares de la civilización moderna (Mezzadra, 2005).

En el contexto de este debate, los medios se han consolidado como un importante espacio simbólico de construcción de ese posicionamiento del país como receptor de inmigrantes transnacionales. A través de una composición de voces de actores e instituciones vinculadas a sectores gubernamentales, empresariales, académicos, a los inmigrantes y a los movimientos sociales migratorios, los medios intervienen en el reconocimiento y construcción públicos de esta nueva inmigración como realidad y en la proposición de modos de vivenciarla como alteridad. Ejemplo es el propio flujo de sentidos generado por los medios brasileños y extranjeros, a partir de 2008, en torno del concepto de 'inmigración cualificada' o de 'mano de obra cualificada'. Tales flujos están contribuyendo para la actualización de imaginarios sobre la cultura europea a partir de encuadramientos que privilegian la cualificación de la nueva inmigración procedente de Europa - como la de españoles y portugueses -, en contrapunto a la ausencia de cualificación en que aparecen encuadrados los inmigrantes oriundos

⁴⁸ La estimativa fue divulgada en junio de 2013, pero no incluye haitianos que no están regularizados. Cf. Campanerut, 2013.

⁴⁹ Cf. SAE, 2013.

de otros contextos - como América Latina y África - algunos de los cuales ya presentes en Brasil anteriormente a estos nuevos flujos migratorios de europeos.(Cogo & Badet, 2013b).

Entretanto, no podemos desconsiderar que estos flujos narrativos se constituyen también de los relatos en que los mismos inmigrantes, sus redes y organizaciones se vuelven enunciadores de sus experiencias a través, por ejemplo, de la producción y creación de espacios mediáticos propios en sitios de redes sociales, blogs, etc.⁵⁰ o de la simple utilización de recursos como correo electrónico, lista de discusión, etc. En consonancia con lo que Silverstone (2002) llama de 'textura social de la experiencia' para reflexionar sobre nuestra imposibilidad de escapar a la presencia y a las representaciones mediáticas, consideramos que los mismos inmigrantes se mueven entre los espacios mediáticos que los enuncian y más allá de ellos, en una dinámica de flujos hacia dentro y fuera de los medios, pero invariablemente impactados, de algún modo, por su presencia.

Marco conceptual de las redes: distinciones necesarias

Las narrativas de los inmigrantes portugueses, españoles y haitianos en Facebook emergen y necesitan ser comprendidas, todavía, en el contexto de un tipo de entorno o experiencia social que es llamada, en la actualidad, como sociedad en red, y en el ámbito de la cual las tecnologías comunicacionales asumen presencia relevante. Los aspectos esenciales de la constitución de este entorno han estado condicionando o impactando diferentes dimensiones de la vida social como la economía, el conocimiento, el poder, la comunicación y la tecnología, sugiriendo, como propone Castells, que la sociedad en red sería la estructura social dominante del planeta (Castells *et al.*, 2007).

Entretanto, aunque asuma una dimensión global y se caracterice por interacciones no jerárquicas, flexibles e interdependientes, la lógica de la red no es totalizante, sino convive con otras estructuras sociales, más centralizadas y jerarquizadas. Este modo de organización no excluye, además, los condicionamientos sociales, económicos y políticos que van a imponer límites al acceso y al uso de las tecnologías, así como a la autonomía de elección y decisión, y a la capacidad de interacción de los individuos. No es despreciable también la importancia que siguen representando, para las sociedades contemporáneas, las interacciones frente a frente y no mediadas por las tecnologías (Cogo & Brignol, 2011).

En el marco de lo que denomina redes comunicacionales, Castells enfatiza tanto el carácter comunicacional cuanto la dimensión humana que asumen las redes en la vida social. El autor define

⁵⁰Conforme constatamos, por ejemplo, en una investigación anterior sobre la inmigración latinoamericana (Cogo, 2012).

estas redes como estructuras comunicativas y pautas de contacto creadas por los flujos de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y en el espacio, procesando y haciendo circular flujos de información. “En las redes sociales y organizativas, los actores sociales, promoviendo sus valores e intereses e interactuando con otros actores sociales, están en el origen de la creación y programación de las redes” (Castells, 2010: 45).

Las redes comunicacionales son el punto de partida para la comprensión, también propuesta por el autor, sobre los cambios en la cultura de la autonomía y la ampliación de la dinámica de auto-comunicación de masas, el autor nos remite al aumento significativo del potencial de las audiencias que se encarguen de sus prácticas comunicativas, especialmente en el ámbito de los movimiento de resistencia a procesos de exclusión ciudadana (Castells, 2010). Esta autonomía estaría vinculada a la propia desestabilización de una lógica hegemónica de transmisión de las informaciones de forma masiva y generalizada, de un pequeño grupo productor a un colectivo indiscriminado, y a la posibilidad de producción de información y establecimiento de comunicación de una manera más descentralizada y distribuida para públicos segmentados. Conforme recuerda, aún, el autor, las redes de comunicación se activan gracias a sujetos comunicativos que inciden en la determinación tanto de los contenidos como en el destino de los mensajes, actuando simultáneamente como productores y receptores de flujos de mensajes multidireccionales.

Aunque sea necesario relativizar determinado optimismo de Castells sobre el potencial de autonomía de los usuarios ante las tecnologías, reconocemos que el lugar que las redes ocupan en el modo de organización de las relaciones sociales contemporáneas y el espacio ocupado por internet en estas relaciones, vienen provocando, incluso, reordenamientos en los marcos conceptuales de otras áreas de conocimiento que están dedicándose a pensar las interacciones de la sociedad con los medios y los usos sociales dados a estos medios, como los llamados estudios de recepción latinoamericanos. Orozco Gómez (2011) es uno de los investigadores que viene llamando la atención para los diversos modos de interacción que caben en las experiencias de las audiencias y de los usuarios de las tecnologías, señalando, entretanto, que tales experiencias no sitúan necesariamente las audiencias simultáneamente como productoras y receptoras. El desafío no solo científico, sino también político, educativo y sociocultural de las investigaciones en recepción, pasa a ser justamente el de aclarar donde terminan los consumos y donde empieza la verdadera producción por parte de todos los ‘comunicantes’. Como advierte el autor:

[...] hay que insistir que controlar el consumo o personalizarlo no es necesariamente un acto productivo, innovador y trascendente, ni conlleva una

mutación de consumidor-receptor, a productor-emisor. Esto sin olvidar nunca que el ‘consumo también sirve para pensar’. (Orozco Gómez, 2011: 380)

En los últimos años, el concepto de red social ha asumido relevancia también para el estudio de las migraciones contemporáneas a partir del reconocimiento de que las redes sociales preexisten y, muchas veces, alimentan las redes migratorias (Truzzi, 2008). La presencia de las redes de migrantes puede ser observada, entre otros, en la decisión de migrar, en las dinámicas de instalación en el país de migración, en el mantenimiento y recreación de vínculos con los lugares de origen, o, aún, en los procesos de movilización por derechos y ciudadanía en los movimientos de migración. En la constitución de las redes migratorias, la creciente presencia de las tecnologías de la comunicación, como internet y el teléfono móvil, han estado operando, de modo acentuado, para un reordenamiento territorial de las experiencias de los migrantes en ámbito local y global y, consecuentemente, en la configuración del transnacionalismo migrante (Cogo, 2012).

Como señala Portes (2004: 74), aunque exista en la historia de las migraciones ejemplos de transnacionalismo, “el fenómeno recibió un fuerte impulso con el advenimiento de las tecnologías en el área de los transportes y de las telecomunicaciones, que vinieron a facilitar enormemente la comunicación rápida de las fronteras nacionales y las grandes distancias”. Distintos modos de vivencia del transnacionalismo por los migrantes van a estar condicionados por los capitales económicos, sociales y culturales relacionados a sus posibilidades de inserción en redes migratorias y también de acceso a las tecnologías de comunicación y desarrollo de competencias para su consumo y uso. Si comparado con el pasado, según el autor, los migrantes disponen hoy de muchos más recursos tecnológicos para mantener lazos económicos, políticos o culturales con los respectivos países de origen. Este hecho explica, en buena medida, “la densidad y la complejidad alcanzadas por el transnacionalismo inmigrante contemporáneo, siendo, además, el responsable por su descubrimiento en cuanto fenómeno merecedor de atención académica” (Portes, 2004: 74).

Aunque la participación regular en actividades transnacionales no sea mayoritario entre los migrantes⁵¹, Portes (2004) recuerda, entretanto, que no es la dimensión numérica de los migrantes participantes, pero las acciones transnacionales realizadas con regularidad por un determinado conjunto de activistas que, sumadas a las actividades puntuales de otros migrantes, podrán resultar en un proceso de impacto macro económico y social para las comunidades y naciones relacionadas a estos migrantes.

⁵¹ O mismo que la participación ocasional en esas actividades no se constituya una práctica universal entre los migrantes.

Por fin, cabe señalar la distinción entre redes sociales y sitios de redes sociales. En la perspectiva propuesta por Recuero (2012), entendemos la red social como el grupo de actores que utiliza determinadas herramientas para publicar sus conexiones e interactuar. Facebook no es, con todo, la red social, pero sí el espacio técnico que proporciona la emergencia de esas redes, posibilitando la comprensión de que “las redes sociales, de este modo, no son pre-construidas por las herramientas y, sí, apropiadas por los actores sociales que les confieren sentido y que las adaptan para sus prácticas sociales”(Recuero, 2012: 20). Las herramientas pertenecen a categorías de los ‘sitios de red social’, como es el caso de Facebook, o sea, herramientas que posibilitan la publicación y la construcción de redes sociales. En suma, las redes sociales son las estructuras de los agrupamientos humanos que se constituyen por las interacciones que los grupos sociales construyen. “En estas herramientas, esas redes son modificadas, transformadas por la mediación de las tecnologías y, principalmente, por la apropiación de ellas para la comunicación” (Recuero, 2012: 16).

Inmigrantes en Facebook: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración

Sitio de red social creado en 2004, Facebook contaba, en el primer semestre de 2013, con 1,11 mil millones de usuarios activos mensuales⁵². Brasil fue el país que más creció en número de usuarios de Facebook en 2012, cuando pasó a ser accedido por 29,7 millones de personas y ocupando, actualmente, el segundo lugar en número de perfiles, detrás de los Estados Unidos, y adelante de India, que aparece en tercer lugar.⁵³

Facebook dispone de distintos modos de integración al sitio, que van a posibilitar diferentes formas de interacción entre sus usuarios. La más básica y más utilizada es la que posibilita la creación de un ‘perfil personal’, para conexión e intercambio de mensajes, archivos e informaciones entre amigos y otras personas conocidas. Otra modalidad de integración a Facebook son los ‘grupos’, que poseen administradores propios. Al contrario de las ‘Páginas’, otra modalidad ofrecida por Facebook – los grupos – posibilitan mayor control de los participantes, una vez que permiten la aprobación o no del ingreso de un nuevo miembro.

⁵² Según datos divulgados por la misma empresa y publicados por *Olhar Digital*. La publicación menciona, todavía, que estas informaciones serían directamente contrastantes con las investigaciones más recientes de la *SocialBakers*, que señalaban que la red estaría perdiendo usuarios, sobre todo en los países más desarrollados. Cf. *Redação Olhar Digital*, 2013. En el estudio de carácter estadístico realizado por *Global Webindex* sobre la situación de las redes sociales y la tendencia del medio social para 2013, Facebook lidera el *ranking* de las redes sociales del mundo, registrando un crecimiento continuo y un incremento de más de 37% en usuarios activos. Cf. Rojas, 2013.

⁵³ Cf. Congo, 2013.

Los dos grupos analizados en este artículo – ‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’ (Facebook, s.d/c) y ‘Espanhóis em Brasil’ (Facebook, s.d/a) – son ‘grupos cerrados’⁵⁴ en los que solamente los miembros pueden ver las publicaciones en el muro del grupo, y los no miembros pueden ver apenas los integrantes y solicitar asociación. La participación en el grupo tiene que ser aprobada por el administrador, quien también puede incluir un amigo en el grupo.⁵⁵ Otro foco de nuestro análisis es el perfil de la ‘AIHB - Imigrantes Haitianos no Brasil’ (Facebook, s.d/b).

El análisis que desarrollamos fue construido a partir de la aceptación de nuestra solicitud de ingreso en los grupos ‘Espanhóis em Brasil’ y ‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’ y de solicitud de amistad con el ‘AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil’, durante el año 2012. Pasamos a acompañar diariamente los grupos y el perfil, leyendo las publicaciones y también realizando, eventualmente, alguna publicación referente a temas de migración. A partir de ese acompañamiento, delimitamos, para el análisis propuesto en este artículo, el período del 5 de noviembre de 2012 al 5 de julio de 2013 para observación y colecta de publicaciones realizadas en los grupos y en la página⁵⁶. El análisis que proponemos sobre las narrativas está orientado por los principios teórico-metodológicos de los Estudios Críticos del Discurso (ACD) formulados por Van Dijk (2005). No analizamos esas narrativas como objetos verbales autónomos, sino como interacciones situadas y prácticas sociales basadas en situaciones socio-históricas, culturales y políticas. Sin emprender un análisis de estructuras lingüísticas o gramaticales formales, adoptamos un abordaje interpretativo que nos permitió identificar y analizar los ejes principales de sentidos que pueden ser deprendidos de las huellas materiales dejadas en las publicaciones de Facebook por sus enunciadore – los inmigrantes y, eventualmente, no inmigrantes. Entendemos que esas huellas hacen referencia a modos heterogéneos de experimentar la condición de inmigrante que son también previos y externos a esas narrativas. En la perspectiva de la sociolingüística, las narrativas de estos nuevos inmigrantes son, por lo tanto, comprendidas como procesos discursivos de construcción de significados en nivel micro-contextual, a partir del presupuesto de que somos los discursos en que circulamos y de que nuestras existencias, acciones y prácticas son situadas y necesitan ser analizadas en contextos específicos. Como señala Lopes “No hay discursos que no considere el otro, la alteridad es intrínseca a la construcción de significados. El otro es el contexto para quien y en el cual significar: el micro-contexto en el que nuestro discurso sale a la luz”⁵⁷ (Lopes, 2009: 13).

⁵⁴ Sobre las otras dos modalidades de grupos – abiertos y secretos. Cf. Guilherme, 2011.

⁵⁵ Guilherme, loc. cit.

⁵⁶ Aunque no hayan sido analizadas detalladamente, las demás publicaciones también han sido consideradas.

⁵⁷ Traducción libre del original en portugués: “*Não há discursos que não considere o outro, a alteridade é intrínseca à construção de significados. O outro é o contexto para quem e no qual significar: o micro-contexto no qual nosso discurso vem à tona*”.

Además del análisis de las publicaciones, hicimos un acercamiento a tres creadores y administradores del grupo y del perfil a través del envío de ocho preguntas por mensaje privado, en el mismo Facebook, en agosto de 2013. Obtuvimos respuestas de Caio Torrão⁵⁸, administrador del grupo ‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’⁵⁹; y de Joseph Handerson⁶⁰, presidente de la *Associação de Imigração Haitianos no Brasil* y creador del perfil de la ‘AIHB – Imigrantes Hatianos no Brasil’ en Facebook.

El grupo ‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’ fue creado, en junio de 2011, por Miguel Assis, administrador del grupo juntamente con Caio Torrão. El 5 de julio de 2013, el grupo, que tiene como imagen de portada un *banner* en el que van siendo alternadas las fotos de sus integrantes, contaba con 3027 miembros⁶¹ y se presentaba en Facebook como:

Grupo destinado al intercambio de ideas y experiencias, contactos e informaciones, a ayudar a los nuevos *Patrícios*, conocer los viejos *Patrícios*, hacer todo más fácil cuando puede parecer difícil. ¡Aumentar su *networking!* Para ser admitido al grupo la persona solicitante debe residir en Brasil o tener alguna ligación profesional o personal por la cual venga frecuentemente al país.”⁶²

Creado en 30 de enero de 2011, por Elias Poveda, también administrador del grupo, ‘Españoles en Brasil’ contaba, el 5 de julio de 2013, con 342 miembros asociados.⁶³ “Aquí puedes conocer a otros Españoles que estén en Brasil”⁶⁴ es el texto de presentación del grupo en el cual las banderas de Brasil y de España entrelazadas componen su imagen de portada. El 07 de junio de 2012, el administrador da visibilidad al crecimiento del grupo en una publicación en la que anuncia la presencia de “300 miembros en el grupo, casi uno nuevo por día”⁶⁵, manteniendo, aún, vigilancia permanente en la perspectiva de asegurar los encuadramientos temáticos que inspiraron la creación

⁵⁸ Caio Torrão nació y vive en Brasil. Es hijo de un inmigrante portugués que llegó al país cuando tenía seis años. Caio es secretario general del *Conselho da Comunidade Luso-Brasileirado Estado de São Paulo*.

⁵⁹ Por indicación de Caio Torrão, solicitamos una entrevista con el creador del grupo, Miguel Assis, pero no obtuvimos retorno sobre la disponibilidad de contestar las preguntas enviadas. Elias Poveda, creador y administrador del grupo ‘Españoles en Brasil’ recibió las preguntas, pero no envió las respuestas.

⁶⁰ Joseph es un antropólogo haitiano que reside desde hace 9 años en Brasil, donde realizó su formación de graduación en Filosofía y maestría en Ciencias Sociales y Política Social. Actualmente, es doctorando en Antropología por el *Museu Nacional*, de la UFRJ, en Rio de Janeiro.

⁶¹ Cf. Facebook, s.d/c.

⁶² Cf. Facebook, s.d/c: s.p. ⁶² Traducción del original en portugués: “*Grupo destinado a troca de ideias e experiências, contatos e informações, ajudar os novos Patrícios, conhecer os velhos Patrícios, tornar tudo mais fácil quando pode parecer difícil. Aumentar o seu networking! Para ser admitido ao grupo a pessoa solicitante deve residir no Brasil ou ter alguma ligação profissional ou pessoal da qual venha frequentemente ao país?*”.

⁶³ Cf. Facebook, s.d/a.

⁶⁴ Ibid.,s.p.

⁶⁵ Facebook, loc.cit.

del grupo a través de intervenciones periódicas que ayudan a reiterarlos: “Por favor, no escribáis anunciando cosas que no tienen nada que ver con gente de España que vive en Brasil, gracias.”⁶⁶

El perfil ‘AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil’ fue creado en febrero de 2012 simultáneamente a la propia constitución de la *Associação de Imigrantes Haitianos no Brasil*. La logo-marca de la asociación es la imagen de portada del perfil, que contaba con 826 amigos, el 5 de julio de 2013. Joseph Anderson, creador de la asociación y del perfil de la entidad en Facebook, informó que la idea de constituir una asociación de haitianos, de la cual es presidente, surgió durante la realización de su investigación de campo, en la Triple Frontera, acerca de la movilidad de haitianos en Brasil, Guyana y Surinam. Ya la creación del perfil de la AIHB en Facebook fue motivada por la posibilidad de socialización de informaciones que dicen respecto a los haitianos en Brasil, como divulgar los procesos de concesiones de visados, oportunidades de empleos, de cursos y noticias de cualquier naturaleza sobre los haitianos en Brasil. A ejemplo de los dos grupos, el perfil es integrado no solo por inmigrantes haitianos, sino también por investigadores, representantes de instituciones gubernamentales y de organizaciones de apoyo a las migraciones, entre otros, personas interesadas o vinculadas a las temáticas migratorias.

Conforme pudimos observar, el grupo ‘A Nova Geração de Patrícios’ es el que posee el mayor número de integrantes y es el más activo en lo que se refiere al número de publicaciones diarias. El perfil ‘AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil’ es el menos activo en términos de publicaciones. ‘A Nova Geração de Patrícios’ cuenta aún con un expresivo archivo de imágenes y también de documentación para descarga, como listas de contactos, restaurantes, páginas web de empleos en Brasil, modelos de declaraciones y requerimientos, consejos para igualdad de derechos en Brasil, etc., en tanto que, ‘Españoles en Brasil’ no posee archivos, apenas fotos. El perfil AIHB posee una foto y una nota.

A partir de los datos obtenidos en el abordaje de los dos grupos y del perfil de Facebook, pasamos a analizar tres dimensiones que demarcan las narrativas de los inmigrantes portugueses, españoles, haitianos y que evidencian marcas de sus experiencias individuales y colectivas sobre ser inmigrante en la actualidad, en el contexto del reciente posicionamiento de Brasil como país de inmigración. Estas dimensiones son: (1) el engendramiento de redes de sociabilidad y apoyo para el planeamiento y la implementación de los proyectos migratorios, (2) el enfrentamiento de las políticas migratorias brasileñas de control y regulación, (3) la recreación multiterritorial de la experiencia de la diáspora en las vinculaciones con el país de origen.

⁶⁶ Facebook, loc.cit.

Redes de sociabilidad y apoyo en los proyectos de migración

Las narrativas de los inmigrantes portugueses y españoles en los dos grupos de Facebook evidencian los esfuerzos de los inmigrantes en la constitución de redes de sociabilidad y apoyo en el marco de la constitución de sus proyectos y trayectorias migratorias que tienen Brasil como destino. Estos esfuerzos abarcan dos modalidades de narrativas que engendran espacios de interacción entre los frequentadores del grupo. Una primera modalidad aborda la concepción y el planeamiento de los proyectos migratorios para Brasil de los inmigrantes que aún están en Portugal y en España, a través, de pedidos de información sobre ciudades brasileñas donde pretenden vivir, costo y compartimiento de vivienda, búsqueda de trabajo y consulta sobre legislaciones migratorias y documentación para permanencia en el país, entre otros.

Una segunda modalidad de narrativa está vinculada a los procesos de llegada y permanencia de los inmigrantes españoles y portugueses en Brasil, pautaándose por la búsqueda y ampliación de las redes de sociabilidad y espacios de convivencia en el contexto migratorio brasileño. Anuncios y presentación de recién-llegados, localización de paisanos en diferentes ciudades y estados brasileños, invitaciones para participación en eventos sociales, culturales y gastronómicos organizados por paisanos y organizaciones migratorias, anuncios de búsqueda y compartimiento de vivienda, y divulgación de emprendimientos o negocios étnicos (como restaurantes, tiendas, etc.).

¡Hola a todos y gracias por aceptarme en el grupo! Me llamo R. y voy a ir para Brasil a finales del mes de Julio, a Caxias do Sul, y estoy algo perdidilla hay alguien por allí? Muchas gracias;. (R.R.M.,2013: s.p.)⁶⁷

Hola gracias por agregarme al grupo, actualmente vivo en Malta, pero me interesaria mucho irme a Brasil, me podriais decir si seria arriesgado vivir en Brasil sin visado, otra opccion seria conseguir el visado atraves de hacer voluntariado, me podriais dar informacion por favor muchisimas gracias chicos.(C.T., 2013: s.p.)⁶⁸

⁶⁷ Para preservar la identidad de los participantes de los grupos, optamos por mencionar apenas las iniciales del nombre y apellido de los autores de las publicaciones. Referimos el nombre completo apenas de los creadores y administradores de los sitios contactados para responder a las preguntas formuladas. Por limitaciones de espacio, optamos, aún, por excluir los comentarios de las publicaciones así como por preservar, cuando citados, los textos originales de las publicaciones, o sea, sin correcciones de digitación o gramática. Para conferir el texto de las publicaciones a partir de los enlaces indicados, es necesario un pedido de adhesión al grupo de Facebook. Publicación privada 26 Junio 2013. Cf. Facebook, s.d/a

⁶⁸Texto original. Cf. Nota 27. Publicación privada 2 Julio 2013.

¡Hola a todos! He sido recientemente añadido a este grupo y ¡pronto haré parte de los portugueses en Brasil! Voy a estudiar en São Paulo y estoy buscando departamento. La facultad para donde voy es la FGV, cerca de la Avenida Paulista. Somos varios portugueses y el número de personas con las que voy a compartir casa dependerá de lo que vamos a encontrar. (D.B., 2013: s.p.)⁶⁹

Hola! Otro recién llegado! Vivo en la cidade maravilhosa desde hace un par de semanas; y ando como un pulpo en un garaje [...] Estoy abierto a cañas, caipirinhas, churrasquinhos [...] así que si alguien se apunta a hacer degüía en Rio, que me envíe un mp! (C.O., 2013: s.p.)⁷⁰

Buenos días, gracias por aceptarme en el grupo!!! De momento no me planteo el vivir en Brasil, pero estoy pasando unos días en Salvador da Bahia y me gustaría saber si hay alguien por aquí para poder hacer algo juntos, ir a la playa, o a Itaparica por ejemplo, gracias!!!! (M.N., 2013: s.p.)⁷¹

Hola a todos y gracias por aceptarme en el grupo, yo vivo en Florianópolis desde hace unos dos meses, y la verdad aun estoy muy desubicada, sin amigos y demás si alguien vive aquí poneros en contacto conmigo, muchas gracias. (C.B., 2013: s.p.)⁷²

Estimados amigos, faltan 112 horas y 6 minutos, los últimos preparativos están en marcha [...] *Petisco & Bar 'A Taberna'* es una casa de estilo arquitectónico cearense con un leve toque de Portugal, dispone de un bello jardín decorado en estilo medieval y música en vivo. Una decoración impar, en sociedad con *A. Adega Alentajana*, donde todos los objetos pueden ser adquiridos por los clientes. (A.S., 2013: s.p.)⁷³

Den un 'me gusta' en la página web oficial *Vinhos de Portugal BR* y aprovechen para dar un vistazo en la *Prova Anual de São Paulo*, que ocurrió ayer, en el Hotel Trivoli. Seguimos para Rio de Janeiro :). Todos los que tuvieron oportunidad,

⁶⁹Cf. Facebook, s.d/c. Publicación privada 23 Junio 2013. Traducción del original en portugués: “*Ola a todos! Fui recentemente introduzido a este grupo e em breve farei parte dos portugueses no Brasil! Vou estudar para São Paulo e estou a procura de apartamento. A facultade para onde vou é a FGV, perto da Avenida Paulista. Somos varios portugueses e o numero de pessoas com quem irei partilhar casa dependerá do que encontrar.*”

⁷⁰Texto original. Cf. Nota 27. Publicación privada 1 Julio 2013.

⁷¹Texto original. Ibid. Publicación privada 17 Maio 2013.

⁷²Texto original. Ibid. Publicación privada 1 Julio 2013.

⁷³ Ibid. Publicación privada 1 Julio 2013. Traducción del original en portugués: “*Prezados amigos, falta 112 horas e 6 minutos, os últimos preparativos estão em andamento [...] Petisco & Bar 'A Taberna' é uma casa de estilo arquitetônico cearense com um leve toque de Portugal, dispõe de um belo jardim decorado em estilo medieval e música ao vivo. Uma decoração impar, em parceria com a A Adega Alentajana, onde todos os objetos podem ser adquiridos pelos clientes.*”

aparezcan mañana en el Palácio S. Clemente para vivir un mundo de experiencia.
¡Hasta pronto! (D.M., 2013: s.p.)⁷⁴

En ambas modalidades de narrativas, es posible distinguir modos distintos de apropiación de los grupos a través del énfasis que atribuyen los españoles a la articulación de una ‘comunidad imaginada’⁷⁵ de españoles en Brasil, a partir de esfuerzos de ubicación, articulación y establecimiento de vínculos con paisanos instalados en este país. Ya entre los portugueses, articulaciones e interacciones con los paisanos parecen ser propuestas con mayor énfasis en torno del llamado comercio étnico, a través de la divulgación de emprendimientos gastronómicos instalados en Brasil (como restaurantes, tiendas y panaderías), en la búsqueda de establecer sociedad para negocios y en la oferta de trabajo para compatriotas en estos emprendimientos. Lo que, en este último caso, llega a generar cuestionamientos de algunos integrantes en torno de los objetivos iniciales del grupo, sugiriendo que los encuadramientos propuestos por los idealizadores de estos espacios son susceptibles a permanentes desplazamientos.

Constato que, cada vez más, esta página se transforma en una especie de Clasificados o Se Vende, Se Compra y Se Renta, perdiendo aquél que yo pensaba ser su propósito inicial. Existen otros medios y otras vías. (E.P., 2013: s.p.)⁷⁶

Políticas migratorias – el enfrentamiento de los procesos de control y regulación

La regularización migratoria es otro eje temático dominante en el conjunto de narrativas que encontramos en ‘Españoles en Brasil’ y en ‘A Nova Geração de Patrícios no Brasil’, así como en el perfil ‘AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil’. Los dos grupos de Facebook y el perfil son apropiados como espacios de visibilidad e interacción en torno de cuestiones y problemáticas

⁷⁴ Ibid. Publicación privada 26 Junio 2013. Traducción del original en portugués: “*Façam um gosto na página oficial Vinhos de Portugal BR e aproveitem para dar uma espreitadela na Prova Anual de São Paulo que ocorreu ontem no Hotel Tivoli. Seguimos para o Rio de Janeiro ;) Todos os que tiverem oportunidade apareçam amanhã no Palácio S. Clemente para viver um mundo de experiências. Até já!*”

⁷⁵ En la perspectiva de la constitución de la identidad nacional, la “comunidad imaginada” es vista por Anderson (1997) y Hall (1997), como una narrativa que nos es contada y con la cual nos identificamos y construimos sentidos de pertenencia. Una comunidad imaginada es constituida por las memorias del pasado, el deseo de vivir en conjunto y el deseo de perpetuación de la herencia.

⁷⁶ Facebook, s.d/c. Publicación privada 25 Junio 2013. Traducción del original en portugués: “*Constato que cada vez mais esta página se transforma numa espécie de Classificados de Vende-se, Compra-se e Aluga-se, perdendo aquele que eu pensava ser o seu propósito inicial. Existem outros meios e outras vias.*”

derivadas de los enfrentamientos cotidianos de los inmigrantes con el intrincado y complejo universo de las políticas brasileñas de regulación y control migratorios.

En Brasil, la legislación que regula las migraciones – *Lei do Estrangeiro* – está en vigor desde los años 80, período de la dictadura militar, y ha sido fuertemente criticada por asociaciones migratorias y organizaciones de apoyo a las migraciones, debido a su carácter contrario a la protección de los derechos humanos, prevista tanto en la Constitución brasileña de 1988 como en diversos acuerdos internacionales ratificados por Brasil, especialmente en lo que se refiere a la universalización de derechos fundamentales a inmigrantes no documentados. Los requisitos y la burocracia para regulación migratoria en Brasil son extensos, con exigencias que condicionan esta regularización a la disponibilidad de renta, cualificaciones profesionales y necesidades del mercado de trabajo nacional, privilegiando, de modo predominante, la inmigración de trabajadores orientada hacia los sectores formales de la economía. Además, con el crecimiento de las migraciones, la legislación migratoria brasileña tiende a privilegiar la inmigración selectiva de dichos trabajadores cualificados en áreas en las cuales hay carencia de esos profesionales, como Ingenierías, Medicina, etc.⁷⁷(Cogo & Badet, 2013; Baraldi *et al.*, 2013).

Hay, todavía, un conjunto de trámites a ser enfrentados por los inmigrantes para la revalidación de diplomas y de permisos de conducir, transferencias de remesas y alteraciones en los visados de trabajo, así como para la búsqueda de vivienda y apertura de cuentas bancarias. El documento provisorio – denominado ‘protocolo’ –, que certifica la concesión del visado de residencia a los inmigrantes hasta el recibimiento del documento definitivo (*Registro Nacional de Estrangeiros*), frecuentemente, es desconocido por bancos y algunos órganos públicos, generando dificultades para la tramitación de documentos y otros procedimientos referentes a la ciudadanía civil y jurídica de los inmigrantes (Baraldi *et al.*, 2013).

Añádase a eso la dificultad de obtención de informaciones claras sobre la documentación necesaria para la regularización a ser presentada en la Policía Federal, órgano responsable por la concesión de visados de residencia a los inmigrantes internacionales en Brasil. Además de la lógica investigativa y de combate a la criminalidad que caracteriza la actuación de la Policía Federal en el país, el atendimento que el órgano presta a los inmigrantes, especialmente en grandes centros urbanos, como São Paulo, se ha mostrado precario, a partir, por ejemplo, de la subcontratación de funcionarios que no reciben un entrenamiento suficiente para la comprensión del intrincado proceso de regularización de los inmigrantes. Lo que viene colaborando para la actuación de servicios de “*despachantes*”, o sea,

⁷⁷ Las condiciones para la obtención de regularización son relativamente más favorables, aunque igualmente burocráticas, a los inmigrantes que ingresan a través de los acuerdos de residencia con países de Mercosur.

intermediarios que cobran para agilizar la tramitación de los procesos de regularización y solicitud de visados de los inmigrantes. (Baraldi *et al.*, 2013).

En este escenario, las redes y asociaciones de inmigrantes y las organizaciones de apoyo a las migraciones han funcionado como instancias de información, aclaración y actualización sobre los procesos de regularización migratoria a través, incluso, de la producción y distribución de materiales informativos y mediáticos (boletines, *blogs*, sitios de internet, etc.) que orientan a los inmigrantes sobre los procedimientos para regularización. Incluso, muchas de esas organizaciones, han apoyado directamente los inmigrantes en el encaminamiento de la documentación junto a la Policía Federal, siendo común iniciativas, por parte de la misma Policía Federal, de direccionamiento de inmigrantes que tienen dudas y dificultades con el manejo de la documentación y de los procesos de regularización a esas organizaciones.

Las narrativas producidas por los inmigrantes en Facebook se combinan a esas instancias ya existentes para generar redes de apoyo e intercambio en torno de la búsqueda de información y comprensión de las políticas brasileñas de regulación y control migratorio, como podemos evidenciar en las publicaciones que siguen.⁷⁸

Colegas, ¿alguien ya hizo visado de trabajo? Voy a iniciar mi proceso (acabé de entrar en una oficina de arquitectura donde me van a hacer un contrato), pero ¡no sé por dónde empezar! ¿Alguien que ya haya pasado por eso me puede dar una luz, por favor? Ya miré cuales son los documentos necesarios, ¡pero muchos de ellos no sé cómo hacer! ¿Puedo pedir el visado aquí en Brasil? ¿Adónde debo dirigirme (en São Paulo) para entregar los documentos? ¿Hay algún contacto de empresas que hagan esos papeles? Gracias, todas las informaciones son bienvenidas, ¡estoy totalmente perdida! (I.F., 2013: s.p.)⁷⁹

Tengo una duda despues de un problema marimonial con mi mujer brasildira ella regreso, bien la cuestion es voy ha regresar ha su lado pero tengo un hijo de un anterior matrimonio mayor de edad ,yo tengo permiso de residencia por matrimonio la duda es como hago para ke ha mi hijo ke den un permiso de residencia gracias.(J.A.,2013: s.p.)⁸⁰

⁷⁸ Varias de las publicaciones mencionadas son seguidas de comentarios en los cuales otros integrantes del grupo intercambian experiencias y soluciones encontradas para los procesos de regularización.

⁷⁹Facebook, s.d/c. Publicación privada 12 Mayo 2013. Traducción del original en portugués: “*Colegas, Alguém já fez visto de trabalho? Vou iniciar o meu processo (acabei de entrar num escritório de arquitetura onde me vão fazer contrato), mas não sei por onde começar! Alguém que já tenha passado por isso pode dar-me umas luzes, por favor? Já olhei os documentos necessários, mas muitos deles não sei como fazer! Posso pedir o visto aqui no Brasil? Onde devo dirigir-me (em são paulo) para entregar os documentos? Tem algum contato de empresas que façam esses papeis? Obrigada, todas as informações são bem vindas, estou totalmente perdida!*”

⁸⁰Texto original. Facebook, s.d/a. Publicación privada 8 Marzo 2013.

Salió, en el *Diário Oficial da União*, mi autorización para concesión de permanencia en el País, ¿alguien sabe cuál es el siguiente paso? ¿Ir a la Policía Federal? Si sí, es mismo necesario llevar un ejemplar del *Diário Oficial da União*? ¿O una impresión de computadora es suficiente? No logro encontrar este ejemplar del 27 de Marzo [...]. Vivo en São Paulo capital. Agradecido anticipadamente. (G.B.N., 2013: s.p.)⁸¹

Hola a tod@s, tengo una pequeña duda, con el visado por reagrupación familiar, ¿se puede conducir con el carnet internacional durante un año o por el hecho de tener el visado, te obligan a hacer el canje de la carteira española por la brasileira? Gracias y saludos!(Z.C., 2013: s.p.)⁸²

¿Quién me puede aclarar mejor? ¿Para pedir la igualdad de derechos civiles, aquí en Brasil, basta tener el RNE, cierto? Según percibí por la lectura del documento publicado por A.R. y G.A., y posteriores comentarios, ¿este estatuto puede ser pedido en cualquier momento, tras la obtención de RNE? Agradezco vuestra información :). (P.A.R., 2013: s.p.)⁸³

Las cuestiones relacionadas a la regularización migratoria son también una de las temáticas predominantes en el perfil de la 'AIHB – Imigrantes Haitianos no Brasil', especialmente por medio de la publicación de las listas de nombres de inmigrantes que reciben la concesión de residencia permanente a través de la modalidad de visados humanitarios que pasaron a ser concedidos, por el gobierno brasileño, a los haitianos que empezaron a llegar a Brasil en 2008. El perfil de la AIHB es dedicado, en su mayoría, a la divulgación de esas listas y de algunos manifiestos en favor de la inmigración haitiana, a los anuncios de ofertas de trabajo para haitianos en diferentes regiones brasileñas, a las actividades de la Asociación en Tabatinga o, aún, a la divulgación de reportajes publicados en otros medios, pertenecientes a grandes organizaciones mediáticas, sobre la presencia e inserción de haitianos en diferentes regiones brasileñas. En el conjunto de las publicaciones, hechas frecuentemente en portugués y *créole*⁸⁴, hay marcadamente un uso asociativista del perfil. Silva (2012)

⁸¹ Ibid. Publicação privada 22 Mayo 2013. Traducción del original en portugués: “*Sain no Diário Oficial da União a minha autorização para concessão de permanência no País, alguém sabe qual o passo seguinte ? Ir na Polícia Federal ? Se sim, é mesmo necessário levar um exemplar do Diário Oficial da União? Ou uma impressão do computador é suficiente? Não consigo encontrar esse exemplar de 27 de Março [...] Vivo em SP capital. Grato antecipadamente.*”

⁸² Texto original. Facebook, s.d/c. Publicación privada 5 Julio 2013.

⁸³ Ibid. Publicación privada 7 Febrero 2013. Traducción del original en portugués: “*Quem me pode esclarecer melhor? Para pedir a igualdade de direitos civis, aqui no Brasil, basta ter o RNE, certo? Segundo percebi pela leitura do documento publicado pelo A.R. e o G.A., e posteriores comentários, esse estatuto pode ser pedido em qualquer altura, após obtenção de RNE? Agradeço a vossa informação:.*”

⁸⁴ Idioma criollo haitiano, uno de los dos idiomas oficiales de Haití, juntamente con el francés.

señala que, a partir de su llegada a Brasil, los haitianos empezaron a asumir posicionamientos en el proceso de lucha por su ciudadanía, engendrando experiencias de asociativismo, a través, por ejemplo, de la constitución de un comité para la organización de su estadía en Tabatinga, en la región norte del país, denominado *Comité Haitiano* y, posteriormente, de la propia *Associação de Imigrantes Haitianos no Brasil*, la cual enfocamos en este texto. Un manifiesto de los inmigrantes haitianos en Brasil publicado en el perfil de la AIHB ofrece una síntesis en que las demandas por asociativismo de estos nuevos inmigrantes aparecen relacionadas a las condiciones de ingreso y permanencia enfrentadas por los inmigrantes haitianos en el país.⁸⁵

El presidente de la Asociación y creador del Perfil, Joseph Handerson, evalúa que la divulgación y la socialización de informaciones para los haitianos en Facebook ha estado contribuyendo a la selección de haitianos para las vacantes de empleos, la realización de cursos de informática, portugués y de capacitación, la organización de audiencias públicas en pro de los derechos humanos de los migrantes en Brasil y la orientación para encaminamiento de la documentación en el país, referente a la obtención de CPF (*Cadastro de Pessoa Física*), carnet laboral, renovación de visados e ingreso en universidades.

La transcripción de las publicaciones ilustra la dinámica del perfil.

Apelaciones en *créole* para que difundan la lista entre conocidos que están en las listas aquí / La Asociación solicita la gentileza de los amigos de la AIHB en el sentido que sea difundida la información de que, por Acto publicado en el *Diário Oficial da União* del 15 de abril de 2013, fue concedida permanencia en el Territorio Nacional a los nacionales haitianos abajo relacionados. Ellos tienen un plazo de hasta 90 días para encaminar la documentación en la Policía Federal. (AIHB, 2012: s.p.)⁸⁶

Oportunidades de trabajo: A solicitud de la Empresa Treboll, la *Associação dos Imigrantes Haitianos no Brasil* pone a disposición 10 vacantes para haitianos trabajar en la empresa mencionada, en la ciudad de Flores da Cunha, en Rio Grande do Sul. Los interesados deben entraren contacto para tener mayores informaciones en relación al salario, vivienda y alimentación. Importante: Pedimos a los

⁸⁵ El manifiesto, publicado en Facebook, está disponible también, cf. Haitianos no Brasil, 2012.

⁸⁶ Las listas, no transcritas aquí, aparecen siempre al final de esta y de otras varias publicaciones similares. Cf. Facebook, s.d/b. Publicación privada 27 Mayo 2012. Traducción del original en portugués: “*Apelos em creole para que difundam a lista entre conhecidos questão das listas aqui/A Associação solicita a gentileza dos amigos da AIHB sentido de que seja difundida a informação de que, por Ato publicado no Diário Oficial da União de 15 de abril de 2013, foi concedida permanência no Território Nacional aos nacionais haitianos abaixo relacionados. Eles têm um prazo de até 90 dias para encaminhar a documentação na Polícia Federal?*”

interesados enviar mensaje para este correo: haitianosnobrasil@gmail.com. (AIHB, 2012: s.p.)⁸⁷

La república sentimental de Haití/*Gazeta do Povo* www.gazetadopovo.com.br/ Alrededor de 500 haitianos se esparcen por la periferia de Curitiba y región. Ellos recogen los engañados por los ‘coyotes’⁸⁸ y juntan los tostones para traer sus familias. (S.H.A.N., 2012: s.p.)⁸⁹

!!!!Hola!!!! Hoy estamos dando un paso más [...] estamos en este momento reunidos con algunos haitianos en la UEA para dar formación básica de informática [...] agradecemos a todos los voluntarios de la *Associação dos Haitianos*[...].(AIHB, 2012: s.p.)⁹⁰

En el análisis del perfil de la AIHB, observamos la predominancia de un uso de Facebook para compartir narrativas sobre y para los haitianos⁹¹, pero hay aún una escasa presencia de narrativas producidas por los mismos inmigrantes haitianos que se encuentran en Brasil o fuera de Brasil. Lo que, en cierto sentido, es destacado por el propio creador de grupo cuando, en respuesta a nuestro abordaje, observa que todavía “son pocos haitianos amigos de la Asociación que publican noticias sobre ellos en la asociación” (AIHB, 2012: s.p.)⁹²

Articulaciones multiterritoriales de las diásporas – las vinculaciones con el país de origen

En los grupos de españoles y portugueses de Facebook, encontramos, todavía, narrativas que buscan la recreación de experiencias de diáspora de los inmigrantes a través de la actualización permanente de sus vínculos con el país de origen. Esto puede ser observado, por un lado, a través de

⁸⁷ Ibid. Publicación privada 13 Agosto 2012. Traducción del original en portugués: “*Oportunidades de trabalho: A pedido da Empresa Treboll, a Associação dos Imigrantes Haitianos no Brasil disponibiliza 10 vagas para haitianos trabalharem na empresa mencionada na cidade de Flores da Cunha no Rio Grande do Sul. Os interessados devem entrar em contato para ter maiores informações em relação ao salário, moradia e alimentação. Importante: Peçamos para os interessados enviar mensagem para este e-mail: haitianosnobrasil@gmail.com.*”

⁸⁸ Personas o grupos que cobran por introducir inmigrantes, de modo clandestino, en las fronteras entre países.

⁸⁹ Facebook, s.d./b. Publicación 23 Junio 2012. Traducción del original en portugués: “*A república sentimental do Haiti/ Gazeta do Povo www.gazetadopovo.com.br/ Cerca de 500 haitianos se espalham pela periferia de Curitiba e região. Eles recolhem os enganados pelos ‘coyotes’ e juntam os tostões para trazer suas famílias.*”

⁹⁰ Ibid. Publicación 2 Febrero 2012. Traducción del original en portugués: “*Olá!!!!Hoje estamos dando mais um passo [...] estamos nesse momento reunidos com alguns haitianos na UEA para dar formação básica de informática [...] agradecemos a todos os voluntários da Associação dos Haitianos[...].*”

⁹¹ Aunque muchos inmigrantes protagonicen las reportajes publicadas en los medios y publicadas en el perfil.

⁹² Facebook, s.d./b. Publicación 19 Agosto 2013.

publicaciones en que los inmigrantes comparten iniciativas y proyectos sociales y culturales, así como premios y reconocimientos concedidos a los países de origen. O aún, por medio de publicaciones que exponen posicionamientos y provocan debates en torno de la crisis política y económica de los países de origen, especialmente España y Portugal, crisis esta generadora, incluso, de flujos migratorios a partir de 2008.

Los grupos se presentan, aún, como espacios ocupados por iniciativas vinculadas a las propias políticas extraterritoriales instituidas, en ámbito estatal, por los países de origen de los inmigrantes. Mena (2009) denomina de 'respuestas extraterritoriales' al referirse a un conjunto de iniciativas implantadas en los últimos años por algunos Estados latino-americanos con el fin de fortalecer las relaciones con sus diásporas y hacerlas participar en la construcción nacional. En este caso, los Estados buscan configurarse también como agentes constructores del espacio social transnacional a través de estructuras institucionales gubernamentales que se encargan de desarrollar iniciativas y estrategias de vinculación con sus emigrantes por medio de la extensión de los derechos sociales y políticos fuera del territorio nacional, como la del voto en el extranjero, la ampliación de información para la diáspora, etc. (Mena, 2009).⁹³ Esa presencia de iniciativas extraterritoriales, por parte de los Estados, es más visible entre el grupo 'Españoles en Brasil' a través, especialmente, de publicaciones hechas por el Consejo Residente de Españoles en el Extranjero.⁹⁴

Aún en la dimensión de articulación de la diáspora, los dos grupos analizados se constituyen en espacios frecuentados, ocasionalmente, por profesionales de organizaciones mediáticas y académicas que buscan contacto y la participación de los inmigrantes para la producción de reportajes e investigaciones académicas sobre las experiencias de las diásporas en el extranjero.⁹⁵

Percibimos, por fin, que algunas de las narrativas compartidas en esos espacios invitan los inmigrantes españoles y portugueses a un pensar sobre sí y su relación con la nación y la nacionalidad en el marco de una paradójica dinámica de pertenencia a una comunidad imaginada que, en cierto sentido, expulsa sus nacionales en consecuencia de la crisis económica y política, al mismo tiempo en que no deja de invertir en la recreación de vínculos simbólicos y afectivos de los inmigrantes con esa diáspora en los espacios de migración.

⁹³ Algunas de esas políticas tienen, incluso, a través de la constitución de Departamentos o unidades administrativas territoriales afuera de los países de origen de la diáspora, las cuales serían equivalentes a provincia o estado, pero sin organización federal.

⁹⁴Según el sitio de internet oficial del Ministerio de Asuntos Extranjeros y Exteriores de España, los Consejos de Residentes Españoles (CREs), creados en 1987, son órganos consultivos de las oficinas consulares en todas las circunscripciones consulares cuyas listas de los Censos Electorales de residentes ausentes se encuentren inscriptos, por lo menos, un número de 700 electores. Cf. Gobierno de España/Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2013.

⁹⁵ Como es nuestro caso, en la condición de investigadora y autora de este artículo.

Permítanme un *post* personal: Hoy la ciudad que me vio nacer y crecer y la Universidad con más de siete siglos, en la que pasé los mejores años de mi vida, fueron considerados Patrimonio Mundial por UNESCO. ¡¡¡Mucho orgullo de ti, COIMBRA!!! (H.C., 2013: s.p.)⁹⁶

Consejo Residentes Españoles/ LA XUNTA DE GALICIA CONCEDE 107 AYUDAS ECONÓMICAS INDIVIDUALES A SUS EMIGRANTES EN BRASIL/El Subdirector de Programas Sociales de la Xunta de Galicia ha informado que ha empezado a enviar los cheques de las 107 ayudas concedidas a los emigrantes gallegos en Brasil. El importe total de estas ayudas ascienden € 62.444, con valores individuales entre € 381 y € 735.Los cheques estarán a disposición de los beneficiados en las entidades gallegas donde se solicitaron las ayudas a partir de la primera semana de diciembre. (Españoles en Brasil, 2012: s.p.)⁹⁷

¡VENGA PARA DENTRO, ALLÁ AFUERA!/ Se suceden los estudios e investigaciones que confirman la tendencia inexorable de los portugueses, sobre todo de las generaciones más jóvenes, para salir del país. Me encontré, hace días, con la información de que casi siete de cada diez alumnos de grado superior quieren dejar Portugal después de terminado el curso. O sea, un sesenta y nueve por ciento de los universitarios tienen intención de emigrar. ¡Impresionante! Para un país que tiene una vocación universal y que desde siempre ha estado abierto al mundo, esta no es necesariamente una mala noticia, desde que...un conjunto de presupuestos sean garantizados.(R.C., 2013: s.p.)⁹⁸

Hola! Me llamo M. y trabajo para el programa que emite los fines de semana Onda Cero Radio, Te doy mi palabra. ¿Qué tal? Todos los sábados empezamos el programa con una entrevista a un español que viva en el extranjero para que nos cuente cómo es la vida en el país y su experiencia/Esta semana la dirección ha elegido como destino Brasil por las manifestaciones de los últimos días, por ello estoy buscando españoles que lleven más de un año viviendo allí, que nos puedan contar cómo está la situación y cómo les va desde que cruzaron el charco. La intervención en directo sería el próximo sábado, 22 de junio, a las 8 A.M. (hora española)/Para más detalles estoy localizable a través de FB o en la dirección de

⁹⁶ Facebook, s.d/c. Publicación privada 22 de Junio 2013. Traducción del original en portugués: “*Permitam-me um post pessoal: Hoje a cidade que me viu nascer e crescer e a Universidade como mais de sete séculos onde passei os melhores anos da minha vida foram considerados Património Mundial pela UNESCO. Muito orgulho de ti, COIMBRA!!!*”

⁹⁷Texto original. Facebook, s.d/a. Publicación privada 27 Noviembre 2012.

⁹⁸Facebook, op.cit. Publicación privada 5 Julio 2013. Traducción del original en portugués: “*VENHA PARA DENTRO, LÁ FORA!/Sucedem-se os estudos e inquéritos que confirmam a tendência inexorável dos portugueses, sobretudo das gerações mais jovens, para sair do país. Cruzei-me há dias com a informação de que quase sete em cada dez alunos do ensino superior querem deixar Portugal depois de terminado o curso. Ou seja, sessenta e nove por cento dos universitários tem intenção de emigrar. Impressionante! Para um país que tem uma vocação universal e que desde sempre esteve aberto ao mundo não é uma necessariamente uma má notícia, desde que... um conjunto de pressupostos sejam garantidos.*”

correo electrónico colaboradormad19@ondacero.es/Muchas gracias y un saludo!(M. C., 2013: s.p.)⁹⁹

Queridísimos, ¿les importaría ayudar y contestar a estas preguntitas? Gracias. /[https://pt.surveymonkey.com/s/DiasporaPortuguesa1/O Sistema Político-Partidário em Portugal visto pela Diáspora Portuguesa Survey - pt.surveymonkey.com/](https://pt.surveymonkey.com/s/DiasporaPortuguesa1/O_Sistema_Político-Partidário_em_Portugal_visto_pela_Diáspora_Portuguesa_Survey_-_pt.surveymonkey.com/) ¡Muchas gracias por considerar participar en este estudio! [...] (D.F.M., 2013, s.p.)¹⁰⁰

Consideraciones finales

Las apropiaciones de internet por los inmigrantes portugueses, españoles y haitianos que constituyen los nuevos flujos migratorios a Brasil ofrecen un conjunto de evidencias relevantes sobre sus experiencias diaspóricas en el país, conforme buscamos levantar y analizar a partir de las narrativas de estos inmigrantes en el sitio de la red social Facebook. Estas evidencias nos informan sobre cómo esos inmigrantes construyen, en su cotidiano, espacios de relativa autonomía para la diligencia de sus procesos de inserción en el nuevo contexto de inmigración en lo que se refiere al engendramiento de redes de sociabilidad y apoyo para el planeamiento y la implementación de proyectos migratorios. Estas narrativas exponen, aún, los enfrentamientos de estos inmigrantes ante las políticas nacionales y transnacionales de regulación y control de la movilidad humana y recreación multiterritorial de la experiencia de la diáspora en la vinculación con los países de origen. En esta perspectiva, las narrativas de esa nueva inmigración interpelan, por un lado, Brasil, en torno de su constitución histórica como nación multicultural y su creciente posicionamiento como país de inmigración, y, por otro lado, los propios países de origen de estos inmigrantes en relación a la intensificación de la movilidad de sus nacionales y a la necesidad de vinculación simbólica con sus diásporas.

Referencias Bibliográficas

Anderson, B. (1997). *Comunidades imaginadas— reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

⁹⁹Texto original. Facebook, óp. cit. Publicación privada 20 Junio 2013.

¹⁰⁰ Facebook, s.d/c. Publicación privada 2 Julio 2013. Traducción del original en portugués: “*Caríssimos, importam-se de ajudar e responder a estas perguntinhas? Obrigada! https://pt.surveymonkey.com/s/DiasporaPortuguesa1/O Sistema Político-Partidário em Portugal visto pela Diáspora Portuguesa Survey - pt.surveymonkey.com/Muito obrigado por considerar participar neste estudo! Esta primeira iniciativa que se lança à diáspora Portuguesa espalhada pelo Mundo tem como fim último.*”

Blanco, C. (2006). *Migraciones: nuevas movildades en un mundo en movimiento*. Barcelona: Anthropos.

Baraldi, C. o et ál. (2013). Informe Brasil. En: Gainza, P. (Org.). *Políticas migratorias e integración en América del Sur -Realidad del acceso a derechos políticos, económicos, sociales y culturales de las personas migrantes*. Espacio sin Fronteras/CDHIC. [Online], disponible en: http://www.cdhic.org.br/wp-content/uploads/2013/06/Informe-Políticas-Migratorias_America-do-sul.pdf> (Acceso 20 Agosto 2013).

Campanerut, C. (2013). Situação dos haitianos no Acre está regularizada, diz secretário de Justiça. *Uol*[Online], 26 Abril, disponible en: <http://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2013/04/26/situacao-dos-haitianos-no-acre-esta-regularizada-diz-secretario-de-justica.htm> (Acceso 29 Diciembre 2009).

Castells, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M et al. (2007). *La transición a la sociedad red*. Barcelona: Ariel.

Cogo, D. & Badet, M. (2013a). *Guia das Migrações Transnacionais e Diversidade Cultural para Comunicadores – Migrantes no Brasil*. Bellaterra (Barcelona): Instituto de la Comunicación de la UAB - Instituto Humanitas Unisinos.

Cogo, D. & Badet, M. (2013b) De braços abertos... A construção midiática da imigração qualificada e do Brasil como país de imigração. In: Araújo, E., Fuentes, M. & Bento, S. (Orgs.). *Para um debate sobre Mobilidade e Fuga de Cérebros*. Braga (Portugal): LASICS –CECS-Universidade do Minho. [Online], disponible en :<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/120> [Acceso 5 Julio 2013].

Cogo, D. (2012). *Latino-americanos em diáspora: usos de mídias e cidadania das migrações transnacionais*. Rio de Janeiro: Tribia.

Cogo, D.& Brignol, L.D. (2011). Redes sociais e os estudos de recepção na internet. *Matrizes*, año 4, núm. 2, Enero/Junio, pp.75-92.

Congo, M. (2013.) Um terço dos brasileiros tem Facebook: País se torna o 2º em número de usuários. *O Estado de São Paulo, Economia & Negócios*. [Online], 23 Janeiro, disponible en: <http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2013/01/23/um-terco-dos-brasileiros-tem-facebook-pais-se-torna-o-2o-em-numero-de-usuarios/>. [Acceso 12 Junio 2013].

Facebook (s.d./a). *Espanoles en Brasil*. [Online], disponible en: <https://www.facebook.com/groups/espanolesenbrasil/> [Acceso en diferentes fechas en 2012 y 2013], (Publicación privada. Para conferir el texto de las publicaciones a partir de los enlaces indicados, es necesaria una solicitud de adhesión al grupo de Facebook).

Facebook (s.d./b). *AIFB - Imigrantes Haitianos no Brasil*. [Online], disponible en: <https://www.facebook.com/imigranteshaitianos.nobrasil>. [Acceso en diferentes fechas de 2012], (Publicación privada. Para conferir el texto de las publicaciones a partir de los enlaces indicados, es necesaria una solicitud de adhesión al grupo de Facebook).

Facebook (s.d./c). *A Nova Geração de Patrícios no Brasil*. [Online], disponible en: <https://www.facebook.com/groups/225738657454471>[Acceso en diferentes fechas de 2013], (Publicación privada. Para conferir el texto de las publicaciones a partir de los enlaces indicados, es necesaria una solicitud de adhesión al grupo de Facebook).

Guilherme. (2011). Grupos no Facebook, para que eles servem e como criá-los. *díHITT. Viciádos em Notícias!* [Online], 26 Marzo, disponible en: <http://tudosobrefacebook.dihitt.com/n/tutoriais/2011/03/26/grupos-no-facebook-para-que-eles-servem-e-como-cria-los>. [Acceso 12 Junio 2013].

Gobierno de España/Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2013). *Consejo de Residentes en el extranjero. Los Consejos de Residentes Españoles (en adelante, CREs) son órganos consultivos de las oficinas consulares, entendiendo por tales tanto los Consulados Generales propiamente dichos como las secciones consulares de las Embajadas, en las cuestiones de interés para la comunidad española de residentes en su demarcación.* [Online], 01 Enero, disponible en: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/SiEstasEnElExtranjero/Paginas/ConsejoDeResidentesEnElExtranjero.aspx> [Acceso 27 Marzo 2013] 01/01/2013.

Haitianos no Brasil. (2012.) Manifiesto de los Haitianos presentes en Tabatinga- AM desde el 14 de enero 2012. *Haitianos no Brasil*. Weblog [Online], 29 Marzo, disponible en: <http://haitianosbrasil.blogspot.com.br/2012/03/tabatinga-29-de-marco-de-2012.html> [Acceso 21 Abril 2013]

Hall, S. (1997). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Porto Alegre: DP&A, 1997.

Jornal do Brasil. (2012). IBGE: número de imigrantes no Brasil sobe quase 87% em 10 anos. *Jornal do Brasil, País*. [Online], 27 Abril, disponible en: <http://www.jb.com.br/pais/noticias/2012/04/27/ibge-numero-de-imigrantes-no-brasil-sobe-quase-87-em-10-anos/> (Acceso 29 Diciembre 2009).

Lopes, L. P. M.(2009). Prefácio - A vida sociocultural em construção: interação, situacionalidade, alteridade e ética. En: Pereira, M.G.D. et al. (Orgs.) *Discursos socioculturais em interação: interfaces entre a narrativa, a conversação e a argumentação: navegando nos contextos da escola, saúde, empresa, mídia, política e migração*. Rio de Janeiro: Garamond.

Marcelino, P. (ed.), (2013). *Si proches et si lointaines. Les diasporas haïtiennes aux Caraïbes. Bruxelles – Rapport de Recherche: Observatoire ACP sur les Migrations/Organisation internationale pour les migrations (OIM)*. [Online], disponible en: <http://www.acpmigration-obs.org/sites/default/files/Haiti%20Diasporas%20Research%20Rep.pdf> [Acceso 5 Julio 2013]

Mena, N. M. (2009). As respostas extraterritoriais dos Estados latino-americanos face à migração transnacional. *Migrações*, no. 5, octubre, pp. 19-35.[Online], disponible en: http://www.oi.acidi.gov.pt/docs/Revista_5/Migr5_Sec1_Art1.pdf (Acceso 29 Diciembre 2009).

Mezzadra, S. (2012). Capitalismo, migraciones y luchas sociales. La mirada de la autonomía. *Nueva Sociedad*, no. 237, Enero-Febrero, pp. 159-178. [Online], disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/3826_1.pdf [Acceso 20 Agosto 2013].

Mezzadra, S. (2005). *Derecho de fuga: migraciones, ciudadanía y globalización*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Organización Internacional para las Migraciones (OIM), (2010). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2010: el futuro de la migración: creación de capacidades para el cambio*. Ginebra: OIM.

Orozco Gómez, G. (2011). La condición comunicacional contemporánea – Desafíos Latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. En: Jacks, N. (ed.). *Análisis de recepción en América Latina– un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*. Quito: CIESPAL.

Portes, A.(2004). Convergências teóricas e dados empíricos no estudo do transnacionalismo imigrante. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, no. 69, Octubre, pp.73-93.

Recuero, R. (2012). *A conversação em rede – comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Redação Olhar Digital. (2013). Facebook tem 751 milhões de usuários em plataformas móveis. [Online], 03 Mayo, disponible en: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-tem-751-milhoes-de-usuarios-em-plataformas-moveis/34286>. [Acceso 12 Junio 2013].

Rojas, P. (2013). Top 40 de redes sociales del mundo. Estudio de Global Webindex Q1 2013. @SeniorManager. Weblog [Online], 07 Julio, disponible en: <http://www.seniorm.com/top-40-redes-sociales-mundo-estudio-de-global-webindex-2013-social-media-marketing-digital/#more-5580>. [Accesoo 17 Agosto 2013].

Scopsi, C. (2009). Les sites web diasporiques: um nouveau genre médiatique? *tiv&société*, v.3, no.. 1-2, pp. 79-100. [Online], disponible en: <http://ticetsociete.revues.org/640> [Acceso 12 Mayo 2010].

Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE), (2013). Neri defende mais abertura do país para estrangeiros. [Online], 13 Junio, disponible en:

<http://www.sae.gov.br/site/?p=16816#ixzz2d5PUphQ9>. (Acceso 29 Diciembre 2009).

Seyferth, G. (2000). Imigração no Brasil: os preceitos de exclusão. [Online], disponible en: <http://comciencia.br/reportagens/migracoes/migr03.htm> [Acceso 19 Junio 2012].

Seyferth, G. (2007). Os estudos da imigração no Brasil – notas sobre uma produção multidisciplinar. En: Seyferth, G. et al. *Mundos em movimento– ensaios sobre migrações*. Santa Maria: Editora UFSM.

Silva, S. A. (2012). ‘Aqui começa o Brasil’. Haitianos na Tríplice Fronteiras e Manaus. En: Silva, S. A. (Org.). *Migrações na Pan-Amazônia*. São Paulo: Hucitec/FAPEAM. 300-332.

Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo, Loyola.

Truzzi, O. (2008). Redes em processos migratórios. *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*, vol. 20, no. 1, pp. 199-218.

Van Dijk, T. A. (ed.), (2005). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

Capítulo 7

Los cines que hablan portugués: el concepto de cine nacional, identidad y resistencia.

Leandro José Luz Riodades de Mendonça

Since the end of World War II, the (West) European cinema has had its identity firmly forged by three features: its leading directors were recognized as auteurs; its styles and themes shaped the nation's self-image; and, its new waves became both: political and aesthetic renewal.

(Thomas Elsaesser, European Cinema Face to Face with Hollywood)

Introducción

La temática aquí tratada en torno del cine nacional y sus formas de existencia/resistencia es permeada por las discusiones de un espacio de especificidad cultural que presenta, como despliegue importante, un rebatimiento en el consumo de los objetos culturales, lo que altera su posibilidad de circulación comercial y formato de los productos. Muchos son los motivos de las transformaciones, desapariciones y resignificaciones en el campo de las identidades, pero, uno de ellos continúa ejerciendo inmensa presión sobre el conocimiento histórico general y de la historia del cine en particular: la idea de nación. Ella impulsa el motor que produce la representación y puede ser operada en mecanismos de inclusión o exclusión y en referencia a prácticamente todo en un determinado espacio geográfico. No se restringe, entretanto, a este espacio, sino también crea identidad a partir de él. Mueve y constriñe buena parte de la producción cultural y de las artes y, sin duda alguna, la producción audiovisual. En otras palabras, no se puede pensar en cine nacional, sin, al menos, inferir la idea de nación.

Para los lectores del siglo XXI puede ser difícil entender el contexto del nacimiento de la idea de estado-nación y su funcionalidad a fines del siglo XVIII. Claro que esta idea-fuerza tiene desarrollo

diferente sobre varias partes del territorio europeo. De cualquier modo, una de las cuestiones centrales es la recuperación (o invención) de la noción de herencia cultural, siendo, muchas veces, la lengua un factor determinante. En otras palabras, la existencia de un espacio lingüístico común fue, en el caso europeo, muchas veces fundamental para trazar territorios y establecer fronteras entre las herencias culturales. Esto no significa afirmar que la capacidad de expresarse en determinada lengua sea la única característica, pero ciertamente ella puede servir de punto de partida para iniciar el camino que pretendo aquí explorar.

El proceso histórico hace con que varias de esas ideas-fuerza del campo político y social acaben por ser absorbidas como sentido común o prácticamente desaparezcan de nuestra realidad social contemporánea. El proceso de transformación de contenido en sentido común puede, en algunos casos, haberlo transformado de tal manera que tendremos gran dificultad en reconocerlo. Varias escisiones ideológicas acaban, con el pasar del tiempo, por funcionar diferentemente, sea en el ámbito social o historiográfico, y pueden revelar posiciones bastante diversas de lo que significaban en la época.

Los motivos de esas transformaciones, desapariciones y resignificaciones son muchos, pero la idea de nación continúa ejerciendo inmensa presión sobre el conocimiento histórico acerca del cine. Ella activa, o puede activar, un conjunto de nociones de pertenencia que atraviesan la representación sobre prácticamente todos los objetos culturales, crea una referencia al espacio geográfico, y en él, crea identidad, mueve y constriñe de manera significativa la producción de las películas, su posibilidad de circulación, fruición estética y legitimación artística. En suma, no se puede pensar en la producción audiovisual sin mínimo inferir la idea de nación, esto porque el financiamiento, mismo cuando hablamos de producciones de bajo costo, depende o de una acción directa del Estado o de la capacidad de circular mínimamente.

La noción de nación, incluida en la propia descripción del objeto, en el momento de creación de la historia del cine, nos fuerza en esta dirección, ya que los primeros en hablar de historia del cine crearon también la clasificación de cines nacionales. Esto ocurrió, en parte, por la observación de datos inmediatos de la realidad, como la capacidad técnica diferenciada, la desigual capacidad de financiamiento y circulación, y esto redundaba en productos estéticos marcadamente diferentes. Así para tener la capacidad de definir lo que es cine, en sentido positivo o negativo, comenzamos por lo que está cargado en el propio espacio identitario nacional y debemos establecer una relación entre la cuestión nacional y la historia del cine. Esta historia nos muestra que, muchas veces, la nación ha determinado el establecimiento de grupos étnicos comunes que pueden ser asociados a prácticas de captación y de producción también propias.

Reiteradas ocasiones, y luego de esta afirmación, leemos acerca de la posibilidad de construcción de una historia del cine nacional (o del arte, de la música, etc.), presuponiendo así cierta idea de unidad, de existir solamente una historia circunscrita al espacio nacional. Pero, por otro lado, esta misma historia no singular tendrá que ser necesariamente múltiple, ante la variedad de los modos de percepción o representación que la atraviesan y que reflejan, en su especificidad, también su movimiento de constitución. Ellas, las historias del cine, dependen claramente de las condiciones en que fueron vividas/producidas, es decir, por quién, en cuál lengua, en cuál espacio geográfico y, en muchos casos, dependen de la agudeza de visión y del gusto personal de quien las escribió.

Lo que se pretende aquí es explorar, de manera inicial, una posibilidad: la de establecer la conexión entre las varias formas de producción de cine practicadas donde la lengua portuguesa tiene influencia. Este espacio posee una diversidad de formas de trabajo y viabilidad audiovisual y, tal vez, ellas puedan ser interconectadas de manera transversal por varias herencias culturales, con el objetivo de construir un valor agregado pero, aun así, varias veces dividido. Esta diferenciación es indicador de las maneras como los contenidos se mezclaron y ayudan a proyectar un tipo de campo de la comprensión de la génesis o de la real posibilidad de existencias de los objetos artísticos. Explican lo que realmente son y como determinaron o fueron determinadas por el conjunto y atributos entrelazados de los patrimonios con las obras cinematográficas.

Desde mi punto de vista, el espacio nacional es el problema y también parte de la solución para concatenar lógicamente la reflexión acerca del audiovisual producido con intención comercial, autoral, en el centro o en la periferia de estas sociedades. Impone la necesidad de la definición con respecto al tipo de identidades en juego, esto es, intentar responder la pregunta sobre la existencia de sustancias y unidades suficientemente rígidas para utilizar la expresión ‘cines que hablan portugués’, de manera que haga sentido con el campo de los objetos artístico designado. Estas son cuestiones centrales que todo flexionan, en sentido positivo o negativo. Aún más importante es entender que el contenido de la expresión ‘hablando en portugués’ no representa, en sí mismo, una exclusividad para el uso de la lengua portuguesa en el audiovisual. Ni define la necesidad de una identidad lingüística. En este aspecto, podemos afirmar que en la “evaluación de identidades lingüísticas no se puede dejar de hacer intervenir categorías como dominación cultural, siempre reflejadas y siempre presentes en los discursos de que se revisten las actividades culturales y políticas” (Neves, 2005: 644).

Es preciso aún apropiarnos del polimorfismo observable en el desarrollo y estabilización de la lengua portuguesa, sea en Brasil, sea en las otras regiones donde este idioma es hablado. Debemos escudriñar el recorrido de la implantación de la lengua en esos lugares, al menos en el caso brasileño, una bipolaridad (Neves, 2005) en la forma como lidió con el vernáculo hasta el final del siglo XIX.

En el periodo inicial del siglo XX, principalmente después de la revolución del año treinta, veremos la afirmación de una identidad lingüística que se oponía al uso y enseñanza de otras lenguas (normalmente traídas por inmigrantes) en algunas regiones del país, notoriamente en los estados del sur (Paraná, Santa Catarina y Río Grande del Sur). Aún usando el caso brasileño como ejemplo, la búsqueda de la constitución de un padrón lingüístico obedece a lógicas políticas y sociales que pueden ser contra la afirmación de una identidad propia, heredada de un padrón de país blanco y europeo. Este es el caso de Brasil, que se aferró al padrón lingüístico lusitano (Neves, 2005).

Cualquier observación superficial demuestra que los espacios asociados históricamente al Imperio Portugués poseen gran variedad lingüística y, tal vez por eso, maneras diversas de resistir y/o absorber los múltiples usos de la lengua. Más allá de una visión que intente crear paradigmas es preciso buscar una mirada sobre este campo específico, a manera de preservar su complejidad, sin destruir la centralidad de las relaciones ya existentes. Si cotejáramos el caso de Brasil, donde la certeza de la importancia económica del país y el paso del tiempo desde el proceso de independencia trabajaron para hacer desaparecer un sentimiento que opusiera la lengua del colonizador a la identidad nacional, con un espacio africano, donde muchas identidades locales fueron objeto de intensa represión aún en los años 70's del siglo pasado, lo que veremos es una relación profundamente diferente. La dificultad inmediata es resultante de la profundidad del cambio observado en lo que significaba antes y en lo que significa ahora la identidad nacional en cada uno de estos países, y de utilizarnos de eso para entender las posibles vinculaciones entre las expresiones cinematográficas de los cines hablados en portugués.

En el siglo XIX, Machado de Assis acuñó la expresión 'Instinto de nacionalidad', la cual reconoce que "poesía, romance, todas las formas literarias buscan vestirse con los colores del país" (Assis, [1873] 1959: sp). El espacio nacional determina un proceso de:

[...] construcción de una nacionalidad, más de lo que la defensa de una identidad cerrada o autosuficiente, es resultado de una compleja trama de intercambios, de que son ejemplos las literaturas nacionales latinoamericanas en el siglo XIX. Enfocando estas últimas, podemos ver más fácilmente que toda identidad nacional es siempre una identidad problemática, pues no se trata de un proceso que se pueda estabilizar en una solución ideal, finita o definitiva. (Santos, 1959: s.p.).

Este obstáculo, la imposibilidad de solución ideal, finita y definitiva, trae la sensación y la necesidad de ver esta identidad como algo a la deriva, siempre en movimiento. Entre los tiempos de Brasil

colonial hasta la época de la publicación del texto de Machado de Assis, habían pasado apenas 51 años. Aquí tenemos, ciertamente, un dato que ayuda a explicar la aparición del ‘instinto’, así como a encontrar una medida de tiempo para marcar la evolución de la búsqueda identitaria. Para aclarar la visión de Machado, en otra parte del texto, está indicando que la independencia literaria “no será obra de una generación ni de dos; muchas trabajarán para ella hasta completarla del todo” (Assis, [1873]1959:s.p.).

Fueron precisos casi cien años de independencia política para que la autonomía literaria fuera además de la intención programática del Romanticismo de inicio del siglo XIX. En efecto, fue a partir de las obras de algunos escritores refractarios a la tradición académico-realista, como Lima Barreto, entre otros, que se instaló parcialmente aquello que Mário de Andrade llamaría, años más tarde, de “estabilización de una conciencia nacional creadora”, refiriendo, en el caso, a las vanguardias modernistas de la década de 1920. Todavía, esa labor de un siglo era naturalmente más que necesaria, cosa confirmada por el vaticinio del propio Machado de Assis, que veía esa independencia como resultado del trabajo de varias generaciones. De hecho, ninguna independencia literaria deriva directa y necesariamente de la independencia política. (Santos, 1959: s.p.)

Esta trayectoria, de los grupos de creadores en una determinada expresión artística, fue hecha con base en el espacio del estado-nación, en velocidad y condiciones propias. Ha tratado y tratará, necesariamente, no solo de cuestiones relacionadas a las artes y al audiovisual, sino también otras, relacionadas a las historias de las ideas, sobre lo que son las identidades y lo que es el propio cine. Eso todo es fruto de las mudanzas que pasaron en estas sociedades y depende de cómo entendemos la nacionalidad. Para conseguir tal intento, entender esas relaciones, lo que debe ser hecho es desarrollar los dos contextos generales: el primero refiere a la falsa oposición entre arte y técnica o, por otra mirada, entre la diversión, y el arte culto; el segundo se refiere a las cuestiones del espacio nacional como elemento que, necesariamente, restringe y delimita el espacio de acción autoral, técnica y consumo cultural.

Como sabemos las posiciones que oponen estos dos campos rebasan en mucho la cuestión puramente crítica, clasificatoria o analítica, y representan una toma de posición ante de la propia definición de cine y/o sus posibles funciones. Esta oposición es la manera como se procesa ahora la redefinición del pensamiento cinematográfico de inicio del siglo XX. La escisión en cuestión (oposición entre arte y técnica o entre entretenimiento y arte culta) puede tener un funcionamiento complementario, pero es, muchas veces, vista como la forma central de destinar algunos de los

objetos artísticos, que pueden entonces, tranquilamente, ser puestos para fuera de la historia oficial. Eso ayuda a inferir la importancia general del contexto actual de existencia del cine en los distintos espacios nacionales y las, muy claramente, reducidas posibilidades de elección sobre cuales caminos trillar para fortalecer cualquier producción artística, y la producción cinematográfica en particular, sea comercial sea autoral. Una forma de entender esas reflexiones puede surgir de cuestiones europeas recientes, una es la de la posición de las nacionalidades dentro de Europa, donde lo que está en juego es la mudanza de la propia función de la idea de Estado nacional y sus posibilidades de acción, de conformación y afirmación cultural.

Existe un raciocinio que iguala la función del Estado nacional para el contexto chino, estadounidense, brasileño, portugués o inglés. Sabemos, entretanto, que el aspecto nacional funciona, en las diversas circunstancias nacionales, de manera marcadamente diferente. Tomemos como ejemplo una visión genérica de la cultura estadounidense fuertemente transmitida por el cine. Ella produce una interpretación de sí misma centrada en el cuadro de la mezcla de las culturas de los inmigrantes que viajaron a los Estados Unidos desde el siglo XVII. En esta visión inclusiva, cualquier persona puede tornarse estadounidense, no apenas por profesar esos valores, sino también por encontrar un lugar para sí mismo en el espacio de la cultura estadounidense. La nacionalidad brasileña, por su parte, también ve como natural la idea del extranjero tornarse brasileño, pues afirma ser esta una característica real de su cultura. La cultura brasileña se define como resultado del proceso de absorción/transformación del extranjero en brasileño, a través de la lente propia, construida en el proceso de colonización y en el período poscolonial.

Muy diferente es la imagen en la mayoría de los países europeos que tienen raíces históricas diversas. En Europa, las definiciones generales de la nacionalidad la conciben como dato innato, heredado por el dominio real e inmemorial de un determinado territorio y, a partir de ese espacio geográfico, el desenvolvimiento de una identidad propia y única que resiste a la transformación y/o absorción.

La idea de las naciones europeas ser una “*peculiarity of Europe as it developed since Charlemagne*” (Gellner, 1987: 6), enunciada por Renan, era nueva para el periodo final del siglo XIX y, obviamente, poseía todos los defectos del eurocentrismo del mismo siglo. La obra ‘*Qu'est-ce qu'une nation*’, de 1882, diez años posterior al enunciado de Machado de Assis, con respecto al ‘instinto de nacionalidad’, interpreta y encuadra los sistemas políticos por la vía europea. En esta visión de Renan, las naciones son grandes lugares de solidaridad, donde este lazo tiene importancia superior a la identidad étnica. Esta cuestión étnica será abordada en Alemania, donde la nación tendía a ser delimitada como un grupo del mismo origen racial que divide características comunes, como la lengua. Las ideas que sustentan la disputa perdieron parte de su importancia con el declive de la idea de raza. No sin razón,

el término eugenesia fue creado en 1883 y está ahora prácticamente en desuso entre los antropólogos. La noción de raza como subespecie, muy difundida durante la afirmación nacional europea, sustituye la noción de raza como extranjero; como concepto científico esta convicción ha caído en desuso en la contemporaneidad. No debemos, entretanto, dejar de notar que algunos grupos políticos de extrema derecha tienden a utilizarla y aún está presente en algunas legislaciones europeas.

No es mi pretensión agotar la discusión de la cuestión, sino exponer una línea de percepción, donde se desnaturaliza el aspecto del Estado nacional como problema únicamente de la colonización, que habría producido una unidad lingüística forzada en los países que también hablan portugués. Es preciso pensar en donde es central ver un antagonismo entre la unidad lingüística y la existencia de otros fuertes grupos lingüísticos. A pesar de, en el contexto colonial, la rivalidad tener función política inmediata, tal vez el mantenimiento de la multiplicidad de las raíces lingüísticas pase por un acuerdo sobre cual, o sí es necesaria, una lengua común. Ciertamente la lengua tiene fuerte impacto en la penetración y en la posibilidad de circulación de muchos objetos culturales y artísticos.

En el caso del audiovisual, la colonización se da por el consumo casi forzado de productos importados y estandarizados, siendo así, Portugal y Brasil territorios tan colonizados como la mayoría de los países. Sus mercados poseen índices aún menores de penetración para las películas nacionales y, cabe sí, notar que puede ser del interés de este colonizador/distribuidor audiovisual, crear más dificultades para la presencia de un acuerdo entre los países que hablan portugués. Permanecería la dificultad de producir estrategias comunes de protección y resistencia. Sin estas estrategias, puede no ser posible defender la diversidad cultural inherente a cada uno de este conjunto de pueblos y así mismo su diversidad lingüística.

Así, en razón de las dificultades inherentes a la definición de nacional, mucho necesita ser hecho para el empleo del concepto con el fin de articular el alcance del cine producido en un espacio nacional y todas las otras variables. La nacionalidad de un cine no puede ser abordada aisladamente y debe servirse de aspectos prácticos, donde las fuentes históricas indiquen la existencia de una comprensión, consecuencia de este proyecto para el desenvolvimiento del quehacer cinematográfico. Los cambios en el cine acompañan, de diversas maneras, las profundas transformaciones del espacio nacional y las poblaciones de los Estados nacionales siempre se encuentran con elecciones sobre sus rumbos estratégicos, políticos o culturales. El Estado nacional cambió el cine mudo, las funciones sociales de los dos campos mudaron y muchos piensan que no es importante ahora el uso del concepto de nacional.

Una cuestión central que puede ayudarnos en la comprensión: debemos intentar responder ¿cuál es el valor final del concepto de nacional en la historia del cine? A mi entender, este concepto se aplica a

muchas funciones, algunas más explícitas, otras bastante encubiertas o implícitas, pero es tan esencial hoy como fue para las primeras formulaciones de la historia del cine en el siglo XX. Hasta cuando intentamos excluirlo, tendremos que, cuidadosamente, ir retirando todos los reflejos de lo nacional de nuestro análisis, pues, sin eso, acabamos por hablar en nacionalidad, involuntariamente. Esté eso inmediatamente a la vista o sumergido en otros contenidos, aparezca de forma positiva y clara o esté sobreentendido por un discurso negativo, tenemos que trillar - por lo menos superficialmente - un camino ya bastante andado y conocido sobre el concepto de cine nacional.

Junto a eso, debemos buscar la recolocación de la propuesta de contar la historia del cine en décadas. Creo que podemos afirmar, con razonable grado de certeza, que la función y la configuración de nacional alteraron de manera significativa dentro del flujo de las décadas. Cabe aquí una mirada más cuidadosa, a partir de la posguerra, que acaba por determinar la descolonización y el fin del dominio político de Portugal, sobre Angola, Mozambique, Guinea, San Tomé y Príncipe y Cabo Verde. La tesis aquí es de que el modo de producción de cine en Portugal, durante las décadas entre el fin de la Segunda Guerra y la Revolución de los Clavos, fue, de muchas maneras, el reflejo de un largo desarrollo de los esfuerzos para estabilizar una producción que no es pensada como capaz de ocupar el mercado 'contra' el cine hegemónico, estadounidense principalmente. Se instala un giro definitivo para un tipo de cine autoral que debe representar el ser portugués en su plenitud, dentro y fuera de Portugal, pero que no tiene condiciones de circulación comercial y acaba por ser prácticamente desconocido, dentro y fuera del territorio portugués. También podemos percibir un discurso semejante en la crítica brasileña, donde se valorizarán las historias y los paisajes filmados con calidad técnica compatible con el cine hegemónico. Claro que esas condiciones están fuera del alcance de productores periféricos y excluidos de su propio mercado.

Sobre los modos de producir el cine nacional

El espacio contemporáneo ha presenciado una cosificación del término globalización. Mucho se habló de eso y uno de los despliegues es la idea de desnacionalización de la estética cinematográfica. Tal posición se basa en la observación de las nuevas formas de circulación de los contenidos, de la transnacionalización de las estrategias de lanzamiento y circulación, así como del incremento del flujo de capitales en la industria cinematográfica. Esa situación, entretanto, guarda relación intrínseca de semejanza con un hecho histórico, la presión fuertísima ejercida por el cine estadounidense sobre los cines nacionales, a partir de los años 20's. En el caso europeo, es imposible no percibir que algunas de las selecciones que aparecen en el centro del escenario de producción, en el curso de la primera mitad del siglo XX, parecen haber sido obligadas a partir de esa presión.

En uno de sus más bellos trabajos, Hobsbawn afirmó que:

[...] el cine dominaría y transformaría todas las artes del siglo XX [y que su triunfo fue extraordinario y sin precedentes en términos de rapidez y escala, y en una docena de años después de 1895] 26 millones de estadounidenses iban a ver películas semana tras semana ... en los 8 a 10 mil pequeños cinematógrafos [...] hasta en la atrasada Italia había, en la época, casi quinientos cines en las ciudades principales [...] Esta realización extraordinaria se debe, en primer lugar, a la total falta de interés de los pioneros del cine por cualquier otra cosa, además de producir diversión lucrativa [Si continuamos en línea con la interpretación del mencionado autor, también encontraremos la afirmación que] [...] su público destinatario era, sin el menor titubeo, los menos instruidos, los menos reflexivos, los menos ambiciosos intelectualmente, que llenaban los cinematógrafos. (Hobsbawn, 1988: 333)

En síntesis, ¿es posible afirmar, con razonable grado de certeza, qué fue lo mismo por todos lados? O sea, ¿hay un denominador común en relación al impacto del cine en el siglo XX? Ciertamente no. Los despliegues del cine en el centro industrial del occidente fueron muy distintos de lo que ocurrió en las periferias del sistema y podemos ver cambios significativos de rumbo entre el espacio estadounidense de exhibición y el europeo. El mismo autor afirmó aún la idea que:

Hollywood se basaba en la articulación del populismo del cinematógrafo con la mentalidad y el drama cultural moralmente gratificantes, esperados por la masa igualmente grande de estadounidenses promedio. Su fuerza y su debilidad residían precisamente en el interés único de la taquilla de un mercado de masas. La fuerza era, en primera instancia, económica. El cine europeo optó, no sin alguna resistencia de parte de los artistas populistas, por el público culto, a expensas del popular. (Hobsbawn, 1988: 335)

En otras palabras, esta opción por un cine más autoral hecha por Europa implicó en expandir la actuación del Estado como financiador de la producción de cine. Podemos afirmar que, de una u otra forma, esta situación, aunque bastante alterada en algunas premisas, se mantiene hasta la actualidad. Vale decir que el Estado actuó de manera diversa, dependiendo de la inserción propia de cada nación en el mercado mundial de películas y del interés de la élite dominante en la producción cinematográfica. En este sentido, puede ser imposible establecer una comparación, por ejemplo, entre las cuestiones que envuelven el cine francés, el portugués y el inglés, dada la enorme diferencia entre los medios disponibles y la capacidad de articularse con el cine estadounidense hegemónico.

El concepto de modo de producción indica que debemos reconstruir por lo menos una parte de la lógica de la producción de un determinado cine nacional para poder ver las relaciones existentes en la capacidad de circulación y legitimación en un mercado ocupado por el producto extranjero. Es a partir de ese aporte lógico que surge la sucesión de modelos de producción sobredeterminados por un abordaje restringido por la capacidad de circulación. Aquí tenemos una de las posibilidades de explicar cómo y por qué las películas son como son. No podré realizar un triple eje analítico, donde estuvieran articulados comercialización y recepción, exhibición y las posibilidades de distribución, y los resultados en términos estilísticos y estéticos. Entretanto, debe estar clara la profunda conexión entre la historia de la técnica y del estilo y las relaciones del cine con el conjunto de la producción artística. Por fin, el Estado y la política restringen la capacidad del campo cinematográfico en interconectarse a la sociedad y, por múltiples causas, imponen organizacionalmente restricciones sobre los medios, la base industrial y técnica instalada y su estado de desarrollo. Así, mientras en Francia tenemos, después de cada guerra, una lucha por la recuperación de su capacidad industrial, eso nunca será pensado en Portugal, donde el cine industrial jamás ha tenido lugar. La instalación de una industria será, en la mayoría de las veces, vista como complementaria al consumo de películas extranjeras y estas películas serán siempre referencia artística e industrial de cómo se debe hacer cine.

Podemos percibir que, en cuanto en cinematografías centrales encontramos muchos géneros de películas y, siempre entre estos géneros, encontraremos las películas populares de gran consumo y circulación, en las áreas periféricas esos espacios están en permanente disputa simbólica y económica. Tal hecho implica que los formuladores de las políticas de estado o la crítica (parte integrante de la legitimación de cualquier cinematografía) tienen que tomar decisiones sobre lo que debe o puede ser filmado y cuáles son los espacios disponibles para la circulación y exhibición.

La misma idea de clasificar un cine nacional como un género es fruto de la naturalización de una postura de subordinación con relación a un determinado centro productor que dicta lo que es un género. Como ya fue afirmado:

[...] [el] concepto de mercancía, en la forma aprehendida por Hollywood limita el espacio creativo del director con el establecimiento de normas técnicas y padrones de procedimiento que implicarían en un modelo general que sería válido para todas las películas. (Kane, 1974:21)

Siguiendo esta dirección:

[...] la especificidad de todo espacio de producción nacional es una de las limitaciones que el concepto de modo de producción intenta dar cuenta. Ella es inherente a cualquier sistema productivo en el campo cultural que, por definición, no consigue replicar totalmente el producto de otro sistema productivo, insertado en otro contexto cultural. A pesar de la existencia de un proceso de replicación muy próximo del original, se mantiene, en mi visión, la marca indeleble del proceso de copia que a todo contamina y desvaloriza. (Mendoza, 2007: 105)

Lo que aparece opacado por aquel tipo de raciocinio es una dificultad de trabajar el tejido de la cinematografía nacional en su diversidad, pues, eso no puede ser buscado apenas en las películas sin que resulte en una comparación, siempre demeritoria, con un campo cinematográfico ‘padrón’. La idea de un cine internacionalizado, donde comparamos películas sin la debida percepción sobre los medios, el financiamiento y sobre el soporte legislativo y estatal, me parece extremadamente parcial. La observación de los efectos del poder del *marketing* comercial o de la fuerza de clasificación y evaluación de la crítica ligada a los medios de comunicación no debe ni puede ser un parámetro totalizador de la construcción historiográfica del cine.

En las relaciones entre la historia y la teoría del cine, Sklar apunta que:

[...] [una] teoría hiperactiva y una historia poco desarrollada no dejan espacio para el diálogo entre las dos prácticas [e indica más asertivamente [...]] que las transacciones culturales ocurrieron en la audiencia [...] entendiendo la formación y la transformación cultural, el significado cultural de las representaciones, la relación entre los modo de producción cultural y recepción. (Sklar, 1988:22)

En este sentido, es pertinente afirmar la capacidad de adaptación cultural de la institución cinematográfica en su relación con una dada nacionalidad. Ciertamente la cuestión de un estilo cinematográfico paneuropeo, basado en coproducciones, refuerza los motivos de centrarse en la búsqueda del entendimiento de un concepto que tiende a trabajar con esas características. Así, las reacciones que claman por dirigir la producción y los apoyos financieros para películas de arte y la

coyuntura que surja de esta decisión son centrales para entender los objetivos, tanto de los cineastas, como de agentes del campo de la recepción comercial y/o autoral como la crítica. Aún tenemos las cuestiones sobre el Estado que financia, no solo la producción de las películas, como la construcción y el mantenimiento de las infraestructuras. Siendo así, cuando pensamos en un desenvolvimiento historiográfico en décadas tendremos momentos donde podremos encontrar una tentativa de consolidación de estilo dentro de una cinematografía.

Tiene sentido utilizar la cinematografía portuguesa que, en nuestro entender, expuso en los años 40's ese tipo de estabilización al afirmar que:

[...] la premisa de que las películas portuguesas debían continuar a reflejar, de alguna manera, sobre la identidad cultural portuguesa no solo era más antigua y más estructurante de lo que se pensaba, como permaneció inquebrantable hasta muy recientemente [...] Pensar que puede no existir cine portugués me parece una imposibilidad del mismo orden de imaginar no existir literatura portuguesa. Trabajar la historia del cine en grandes tendencias debe también llevarnos a entender como esas grandes tendencias funcionaron, o mejor, porque acontecieron. De la misma manera que podemos entender el período de 1896 a los años cincuenta como uno de los dos grandes periodos de la historia del cine portugués [o sea, podemos ver como el gran ciclo que pasa por las] [...] pequeñas películas de Paz de los Reyes a las adaptaciones literarias del cine mudo y de las comedias populares de los años treinta a las súper-producciones de películas históricas de los años cuarenta, pasando por los melodramas de los años cincuenta [...] [carga también una estructura de ligación a los modos de producción que acontecen en secuencia de una menor inversión del Estado para una mayor, de una legislación menos preocupada en proteger el cine nacional para otra más protectora, de menos entrenamiento y formación de la mano de obra para más inversión en conocimiento y, principalmente, demuestra una tentativa generacional de 'crear' una industria de cine en Portugal que funcionase de manera complementaria y subsidiariamente al cine, o cines hegemónicos] (Baptista, 2009:3)

Así, la cuestión de existir una industria de cine nacional en cualquier de los países que hablan portugués será la posibilidad de encontrar un soporte para sustentar la propuesta de precisar las cinematografías nacionales de un punto de inflexión, esencial para estabilizar la conciencia creadora. La conclusión es que sin una capacidad mínima de defensa de la diversidad que también existe en objetos artísticos comerciales perdemos también otras diversidades, exactamente por la dificultad de diseminar algunos de los contenidos basales comunes a las identidades en juego. Esto significa producir películas que afirmen una identidad nacional no por ser más estable, sino por agrupar una

parte de estos contenidos comunes. Si fuera posible reunir elementos de los campos culturales envueltos, esta identidad protegerá de alguna manera la diversidad.

El audiovisual representa buscar tópicos que, al ser tratados, ayuden a superar por su representatividad y sean capaces de enfrentar, en el mercado económico y en el simbólico, la cinematografía hegemónica. Debemos trabajar, todavía un poco más, el concepto de cine nacional. Este también ha sido trabajado en la teoría del cine con varios usos y uno de ellos es definido en términos económicos. Según Higson:

First, there is the possibility of defining national cinema in economic terms, establishing a conceptual correspondence between the terms 'national cinema' and 'the domestic film industry', and therefore being concerned with such questions as: where are these films made, and by whom? Who owns and controls the industrial infrastructures, the production companies, the distributors and the exhibition circuits? Second, there is the possibility of a text-based approach to national cinema. Here the key questions become: what are these films about? Do they share a common style or world view? What sort of projections of the national character do they offer? (1989: 36)

Al crear una correspondencia entre el término cine nacional y el de industria doméstica de películas, es posible resaltar que el concepto de cine nacional puede ser utilizado para describir una coherencia y una unidad que determina la creación y la descripción de un género. Además se coloca en cuestión como:

a strategy of cultural (and economic) resistance; a means of asserting national autonomy in the face of (usually) Hollywood's international domination. ... Histories of national cinema can only therefore really be understood as histories of crisis and conflict, of resistance and negotiation. But also, in another way, they are histories of a business seeking a secure footing in the market-place, enabling the maximisation of an industry's profits while at the same time bolstering a nation's cultural standing. (Higson, 1989: 36)

La crisis y el conflicto que se ve en el concepto de cine nacional también están en el concepto de identidad. El proceso que va a desarticular las identidades estables del pasado (Hall, 2003) también desarticula el concepto de cine nacional. Si el dislocamiento creado abre la posibilidad de la creación de nuevas identidades, también debe ser examinado en cuanto a su dirección, esto es, si al dislocar una identidad no acabamos por mimetizar de manera poco productiva pastiches producidos por el cine hegemónico. Para la sobrevivencia de un ambiente de diversidad cultural, en una extensión

territorial, que respete y actúe en el mantenimiento de especificidades lingüísticas y subjetivas, tendremos que saber cuáles son los puntos nodales particulares de articulación (Laclau, 1990 apud Hall, 2003) que servirán para construir esos nuevos sujetos.

Así, si entendemos, en la misma dirección de Honneth, la identidad como el reconocimiento por la socialización (Honneth, 2003), para que ella exista, es preciso que elementos subjetivos sean compartidos por los sujetos involucrados, pues es exactamente en la interacción intersubjetiva que se dará la libertad productiva, creativa y artística. Para que estos elementos circulen en determinado medio, necesitamos aún disputar el mercado con las películas que lidien con esa preocupación de afirmación/realización. En el caso, debemos pensar en entretenimiento por un lado, pero en cine autoral o de arte por otro. No se puede disputar el mercado solamente con una de esas características, pues eso significará y significó abdicar de la confrontación. Sin alguna ocupación comercial de su propio mercado, circularán, preponderantemente, los contenidos de la cultura que lideran la venta de ingresos. Se cumple así y objetivamente dos principales objetivos: el de filtrar recursos para su propio sistema de producción, disminuyendo la cantidad de recursos disponibles; y el de aumentar la relevancia de sus contenidos culturales, ocupando el espacio de otros contenidos que, así, permanecen periféricos.

Las dos formas nos interesan en el estudio de los cines que hablan portugués. Ciertamente, en la primera, la posibilidad de la industria cinematográfica de ser encarada como un problema central, lo que redundará en una inversión en el aparato técnico, sea en el ámbito de las instalaciones, sea en la formación de personal artístico y técnico. Sin eso no existen las bases para producir. En el segundo caso, el análisis del cine de arte o autoral tiene el elemento estructurador de la recepción de películas por un conjunto de agentes (políticos, gubernamentales, críticos y populares). Sin reflexión crítica que module la supremacía de contenidos hegemónicos, lo que veremos es una comparación con el producto que tradicionalmente circula siempre desfavorable, que lo considerará mejor y más bien producido. Los contenidos en portugués no resistirán como impulsores de la diversidad y apoyos para la resistencia que podría crear un modo de producción propio.

Una conclusión, aunque provisional

El desequilibrio básico que el espacio de los países que hablan portugués enfrentan es uno de los puntos centrales para entender una posibilidad de resistencia que pretenda, no solamente alterar la dirección de los flujos de contenido, sino también reconstruir el alcance de la producción local. En

nuestra visión, las formulaciones sobre la identidad nacional suponen un tipo de fijación de esta identidad construida por un pasado que excluye buena parte de esta misma identidad en el presente.

La construcción identitaria existe en una deriva constante que solo puede ser bien entendida a través de la comprensión de la dirección de su movimiento. Tenemos que llenar, en todo momento, este espacio simbólico con la materia que se mueve en la sociedad. Y por esa misma razón las cinematografías de esos países son tan amenazadas.

El movimiento debe ser el de reconocer las múltiples expresiones de la identidad nacional como un método para recorrer los diferentes aspectos de las culturas populares. Sacar a la luz, distribuir en los grandes circuitos, producir un tránsito sobre los contenidos periféricos para, a partir de ellos, desarrollar productos que tengan vocación cultural. Esta es una de las maneras de influenciar en el sentido de instituir el reconocimiento.

Podemos aprovecharnos del concepto de imaginario como una construcción simbólica mediante la cual una comunidad (racial, nacional, imperial, sexual, etc.) se define a sí misma (Mignolo, 2003 apud Lander, 2005). Para complementar esta definición juntemos otra, donde las identidades “surgen de nuestra pertenencia a culturas étnicas, raciales, lingüísticas, religiosas y, encima de todo, nacionales” (Hall, 2003). En común, en las dos definiciones, tenemos que una construcción simbólica sufre y es modificada ininterrumpidamente por un sistema de intervención en el gusto público que plantea exactamente alterar y desvanecer las especificidades naturales presentes en la variedad de recepciones posibles a un objeto cultural. Así, este sistema procura imponer una subjetividad que se expande, atraviesa el sujeto y construye en torno de él una noción de pertenencia falsa. Aún por encima, disloca la visión de la sociedad sobre ese sujeto en la dirección de desvalorizar su producción simbólica en cambio de otra.

Tales movimientos son encarados como un flujo natural, del centro para la periferia, que actúa por toda la sociedad de manera insidiosa para, en muchas direcciones en que se opera, aparecer de manera solapada en múltiples visiones que tendrán de ser desmanteladas cuidadosamente por los agentes de la periferia para que sus obras adquieran estatuto artístico. Retornando al audiovisual, podemos afirmar que los diferentes niveles de exhibición y la no existencia de un circuito exhibidor audiovisual donde exista más diversidad es, sin ninguna duda, un aspecto reductor de la capacidad de una sociedad de generar auto-reconocimiento y por esa razón producción de contenido.

Referencias Bibliográficas

Assis, M. ([1873]1959). Instinto de Nacionalidade. En: *Machado de Assis: crítica, notícia da atual literatura brasileira*. São Paulo: Agir, pp. 28 – 34, São Paulo: Agir. [Online], disponible en: <http://www.ufrgs.br/cdrom/assis/massis.pdf>. [Acceso Octubre 2013].

Baptista, T. (2009). Nacionalmente correcto: a invenção do cinema português. *Estudos do Século XX*, no. 9, pp. 305-324.

Gellner, E. (1987). *Culture, Identity, and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hall, S. (2003). *A identidade Cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.

Higson, A. (1989). The Concept of National Cinema. *Screen*, vol. 30, no. 4, pp. 36-47.

Hobsbawn, E. (1988). *A era dos impérios*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Honneth, A. (2003). *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Editora 34.

Kané, P. (1974). *Cinema, arte e ideologia*. Porto: Afrontamento.

Langder, E. (ed.), (2005). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais Perspectivas latino-americanas*. Argentina: Clacso. [Online], disponible en: http://www.geografia.ufflch.usp.br/graduacao/apoio/Apoio/Apoio_Tonico/2s2012/Texto_1.pdf [Acceso Octubre 2013].

Mendonça, L. J. R (2007). *Cinema e indústria: o conceito de modo de produção cinematográfico e o cinema brasileiro*. 180p. Tesis (Doutorado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática), Universidade de São Paulo.

Neves, M. H. M. (2005). O Brasil no contexto da construção de uma identidade lingüística no mundo lusófono En: Rio-Torto, G. M. O & Figueiredo, O. M. S. (Orgs.). *Estudos em homenagem ao Professor Doutor Mário Vilela*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, vol. 2, pp. 643-656.

Santos, A. L.(1959). Instinto de Nacionalidade: Hipertexto. En: Assis, M. *Machado de Assis: crítica, notícia da atual literatura brasileira*. São Paulo: Agir, pp. 28 – 34. [Online], disponible en: <http://www.ufrgs.br/cdrom/assis/massis.pdf>. [Acceso Octubre 2013].

Sklar, R. (1988). Oh! Althusser!: Historiography and the Rise of Cinema Studies. *Radical History Review*, no. 41, Abril, pp. 10-35.

Capítulo 8

Las nuevas identidades políticas de la sociedad digital

Rodrigo Saturnino

Introducción

Recientes investigaciones en el campo de las Ciencias Sociales han dedicado una significativa atención hacia los conflictos entre el mercado y la piratería en el contexto de la información digital (Vaidhyathan, 2003; Strangelove, 2005; Gantz & Rochester, 2005; Lessig, 2008, 2004; Johns, 2009; Mason, 2009; Kernfeld, 2011; Higgins & Marcum, 2011; Decherney, 2012; Castells & Cardoso, 2013; Belisário & Tarin, 2013). En estos estudios es común encontrar acepciones conjeturales respecto a los impactos y los efectos de estas prácticas sociales en relación con la producción, la circulación y la distribución de bienes y servicios. Estas hipótesis, basadas en el interés, la racionalidad y la utilidad, pueden ser divididas en, por lo menos, tres perspectivas: 1) aquella que entiende la piratería como responsable por el retraso del crecimiento económico; 2) otra que cuestiona la imposibilidad de la mercantilización de la información; y 3) aquella que justifica los beneficios de la libre circulación de los bienes informacionales (datos informáticos, músicas, películas, juegos, libros, patentes, *software*) como un factor esencial para capacitar las personas y crear nuevos modelos de negocio. El fenómeno, ya muy bien detallado en estos estudios, se atribuye, principalmente, a la digitalización de la información y el bajo costo de los artefactos tecnológicos, dos factores que revolucionaron la interacción social con los bienes informacionales. El mismo avance intensificó las competencias económicas, políticas y jurídicas en el contexto de producción no-autorizada de estos bienes. Sobre todo, las divergencias fueron acentuadas debido a la facilidad de reproducción y circulación de la información digital y a las dificultades de excluir a terceros de estos procesos.

A pesar de las diversas perspectivas acerca de la piratería, la práctica - a considerar como el camino histórico por lo cual fue socialmente construida -, es considerada un crimen de violación al monopolio en variadas instancias. En los casos que involucran la información, ella se relaciona, específicamente, a la idea de la propiedad intelectual (Jonhs, 2009; Schweidler & Costanza-Chock, 2005). Generalmente, el argumento de los que defienden la antipiratería es resumido por el

argumento de que su práctica perjudica a los autores, ya que les quita el derecho de disfrutar, financieramente, de su trabajo porque no estarían recibiendo lo que les pertenece –derecho de autor– a través de este tipo de consumo. Esta argumentación interpretativa ha sido fuertemente cuestionada. Quien la critica resalta que la inoperancia de los aparatos jurídicos, en el intento de suprimir-o lo que Boyle (2008) nombró como *fracaso* en el mercado digital-, visiblemente, ha privilegiado no solamente el interés empresarial en la privatización de la información, como también ha utilizado el propio recurso legal, basado en la génesis de la propiedad privada, para justificar la creación de políticas de monitoreo y vigilancia de los usuarios de Internet. En esta perspectiva, algunos autores defienden que, en la mayoría de los casos en que la cuestión ha sido pública, la acusación recae en estructuras que están por sobre el consumidor, pues faltan en la legislación internacional diferenciaciones específicas respecto a la circulación de la información digital al nivel de las interacciones privadas, independientemente de que éstas sean definidas por el dinero o no (Lemos, 2005; Lessig, 2008, 2004; Postigo, 2012).

A la vez, la ausencia de ordenamientos jurídicos compatibles con la realidad, por ejemplo, de la arquitectura de la Internet y con el consecuente cambio en la ética de los usuarios, ha intensificado el conflicto de derechos entre propietarios y consumidores. O sea, la comercialización de la información como bien suscrito a la lógica capitalista de la propiedad privada no establece una dialéctica coherente con la idea clásica de mercancía ya que solamente concede usufructo limitado al consumidor/comprador. Por otro parte, cuando encontramos intentos de diferenciaciones, ellas no son consideradas, en buena parte de los estudios, como prácticas legitimadas. Son, de esta manera, categorizadas como instrumentos de *lobby* económico de empresas interesadas en el aumento de los flujos de datos informáticos y en el consumo de sus productos.

Las ambigüedades siguen. Además de las medidas coercitivas y legales disponibles para el combate a la piratería digital, otro recurso muy utilizado para justificar la caza a los piratas, se ha afirmado por medio de la arbitrariedad de la propaganda. La estrategia, utilizada desde los años predecesores de la piratería marítima, complementa el discurso de la inmoralidad de la copia no-autorizada al apoyarse en intensas campañas educativas, pulverizadas por los grandes medios, elaboradas a partir de la asociación directa y despreciativa de la imagen mítica y marginal de los piratas, la que fue, desfiguradamente, socializada a través del robo y del crimen. La estrategia del *marketing* de la industria basada en las leyes del *copyright* y, por consiguiente, la influencia que ejercen sobre el ordenamiento jurídico internacional, ha orquestado el imaginario popular respecto a los riesgos de la piratería, transformando la opinión pública en cómplice de la iniciativa privada en el proceso de exigencia del fortalecimiento de las medidas legales reparadoras.

Las fronteras de simplificación de la piratería como delito y práctica desviante han sido respondidas también a través de nuevos enfoques y nuevos movimientos sociales que luchan por el reordenamiento del campo semántico de la ley en relación al *capitalismo informacional* (Schiller, 1999; Castells, 2007). Estos fenómenos, tales como el movimiento de los *hackers*, del *Software Libre*, de los *Creative Commons*, del *Copyleft*, *Wikileaks*, del activismo de Julian Assange, Edward Snowden y Chelsea Manning (Bradley) y, finalmente de los Partidos Piratas, parecen establecer un esbozo de negación de las relaciones monopólicas y territoriales de la información (Stallman, 2002; Gorz, 2005; Vergne, 2013). Estos grupos sociales, que Durand y Vergne (2013) nombraron como *organizaciones piratas*, interpretan la piratería no solamente como un problema económico, sino principalmente como una situación mal resuelta de la geopolítica internacional.

Ante el cuadro presentado, en este capítulo elegí destacar algunas acciones afirmativas del Movimiento de los Partidos Piratas, adelante llamado MPP, a fin de comprender cómo su discurso se mueve por el intento de reordenar la mirada y los sentidos normativos de la piratería para, de esta manera, fortalecer sus tesis y afirmar una nueva identidad política. Metodológicamente, el texto fue elaborado a partir de un análisis cualitativo basado en los documentos oficiales, algunas piezas de propaganda y en una fracción del material recogido a través de charlas y encuestas realizadas con miembros de los Partidos de Alemania, Brasil, Portugal y Suecia entre los años 2012 y 2013. Aunque hay diferencias entre los partidos, en particular en el contexto de su oficialización como institución partidista, como es el caso de Brasil y Portugal, hay que destacar que estas circunstancias no implican la reducción analítica del objeto en estudio. En general, el intento principal es demostrar la conversión creativa que realizaron al apoyarse, de modo homónimo, en la desconstrucción de una categoría social que ha sido admitida, históricamente, como marca arbitraria del crimen. Sobre todo, argumento que la acción inicial del MPP busca transformar la acusación en recurso operatorio para replantear la *propaganda del enemigo*, transformándola en beneficio mediático para la acción política que promueve.

La piratería como problema geopolítico: de las aguas neutras a la red descentralizada

Desde los tiempos de oro de la piratería marítima, cuando no existía todavía una reglamentación territorial sobre el mar, las competencias entre imperios impedían la creación de una perspectiva legal para establecer un marco conceptual respecto de estos temas. El concepto de la piratería, desde el año 1700, permaneció ensombrecido por su indecisa aplicación, sirviendo como un movedizo recurso en relación con la función de identificar los actos que violaban el derecho soberano del Estado o de los comerciantes respecto de sus propiedades a través de la invasión de sus rutas marítimas. El mayor

problema para designar la piratería marítima era definir los límites territoriales del alto mar entre un imperio y otro. La ausencia de acuerdos entre los gobiernos era propicia para el constante cambio de perspectiva respecto del concepto. Las disputas por el monopolio de las rutas marítimas entre portugueses, españoles, holandeses y británicos evidencian, en el rastro histórico de lo concepto, como el tema se mantuvo hundido en olas de ambigüedades retóricas, sirviendo al interés expansionista y al dominio económico de las rutas ultramarinas con el fin de mantener las soberanías imperiales. Así, a fin de eliminar la competencia, llamar a alguien un pirata, al igual que los comerciantes portugueses en la era moderna con el fin de reclamar los derechos de propiedad y proteger la ruta marítima a las Indias, sirvió como un criterio legal para justificar el uso de cualquier medio para alejar a los opositores de los negocios (Duran, 2011; Durand & Vergne, 2013). En esta línea de pensamiento, se debe admitir que la piratería marítima se instaló para solucionar un problema geopolítico en que era evidente la batalla por la expansión de las fronteras de dominación comercial. En general, la piratería implica un problema que no solamente atañe a lo robado que se transporta, sino también la violación del privilegio acerca del medio de transporte en que se traslada mercancía.

El debate sobre la piratería se está desbordando. El conflicto entre los que defienden la equiparación del mar al territorio continental y, por lo tanto, apto a ser delimitado, y la visión de aquellos que lo consideran como un espacio de libertad, repercute en nuevos campos de dominación política y económica. Estos espacios preservan no solamente las luchas de intereses sino que trasladan para sí mismos buena parte de las metáforas que eran atribuidas a la piratería marítima. Se trasladan, por tanto, al mundo editorial, ya a partir del siglo XVI – cuando las leyes de los venecianos y de los ingleses concedieron monopolios de impresión a editores específicos y se estableció el control del Estado – fue utilizada también para designar a los editores que imprimían sin la autorización de los autores o sin el pago por el derecho de explotación de la obra (Schweidler & Constanza-Chock, 2005; Johns, 2009).

De cara al siglo XX, el caso del monopolio de las ondas de sonido de la radio y del espectro electromagnético volvió a ser tema recurrente de la piratería. Otra vez el tema de la exploración exclusiva de espacios imaginarios volvió a la discusión cuando la Corona Inglesa, en 1920, garantizó el monopolio de la *British Broadcasting Corporation* (BBC) para impedir transmisiones alternativas. Resultó previsible que las radios-piratas se multiplicasen y, en 1967, la BBC perdió la exclusividad y las transmisiones y las ondas de sonido pasaron a ser admitidas por el gobierno británico como un bien público (Vergne, 2013).

De la misma manera, la regulación del ciberespacio fue incluida en las conexiones de la piratería desde las tensiones originadas por el intereses de los gigantes de las telecomunicaciones, como la *American*

Telephone and Telegraph Company (AT&T), para ampliar su dominio comercial. La reorganización del mercado en la década de 1960, en Estados Unidos, muestra cómo la evolución de las tecnologías de difusión y distribución de información -a partir de computadoras interconectadas en redes digitales- estableció un nuevo campo de competencia entre los consumidores, el gobierno y las corporaciones. La política neoliberal de desregulación del mercado de las telecomunicaciones no solamente fortaleció el capitalismo tradicional a través de la creación de una nueva versión de plusvalía, sino que también puso en cuestión los proyectos tecnocientíficos basados en la arquitectura de la Internet (Schiller, 1999). Los privilegios comerciales y la protección intensiva de los bienes informacionales que emergieron de este nuevo mercado pusieron en evidencia la fragilidad de temas valiosos para los humanistas, como el derecho a la privacidad, a la libertad de expresión y a la lucha contra la privatización del bien público. Las diversas formas que se dispusieron para aumentar el control sobre la circulación de estos bienes, legitimadas por acuerdos internacionales (léase las acciones de la NSA – *National Security Agency* y proyectos en asociación pública-privada de vigilancia social como el PRISM, ACTA, SOPA), reafirman la gravedad de los conflictos que emergieron en el escenario digital, ocasionados por las rupturas del monopolio de la información.

El tema no termina aquí. Aparte del contexto tecnológico de la comunicación, la piratería también fue objetivo del campo de la información genética, de las grifes y de las invenciones. La biopiratería, la violación de las patentes y la falsificación de las marcas de lujo integran el extenso panorama en que el tema de la piratería está sumergido. En resumen, la piratería es una cuestión de perspectiva invocada en todos los casos en que el monopolio de las formas capitalistas de distribución y de acceso sufre alguna amenaza. En este sentido, el desorden que se estableció en el ordenamiento jurídico internacional respecto de las formas de control de las diversas piraterías, se ha venido reforzando con una cierta impertinencia política en la formulación de leyes, ciertamente armonizadoras de los conflictos entre el interés privado sobre la comercialización de las cosas y el interés público de la su libre utilización, sea por la compra de los mismos, sea por su circulación en lugares neutros, como el mar, Internet, el etéreo o el espacio sideral. De esta manera, la piratería también es paradigmática para la ley, sirviendo como un argumento para la consolidación de prácticas de vigilancia, control y castigo respecto de cualquier evasiva que sobrepase la constitución de derechos sobre la circulación de bienes en estos espacios sin regulación. ¿Cómo definir fronteras y leyes internacionales en espacios imaginarios? ¿Cómo ofrecer garantías a los capitalistas para que sus mercancías (en cualquier formato y acepción) sean preservadas y comercializadas sin interferencias en estos lugares que no pertenecerían a nadie? ¿Incrementando las políticas de control y los procesos de litigios civiles? ¿Reforzando la moral del derecho a la propiedad privada en todos los sus segmentos?

En el interludio de esta desorganización entre la política y los conflictos internacionales originados por la (in)definición de la piratería, el primer Partido Pirata se formó en Suecia para intentar ofrecer una perspectiva elaborada no sólo por las voces acusadoras, sino por los propios acusados. Como veremos a continuación, la propuesta inicial de los piratas suecos fue incentivada por la intensa campaña de persecución ejecutada por la asociación público-privada en el intento por mantener el monopolio de la propiedad intelectual.

El código-fuente: de Suecia para el mundo

El primer Partido Pirata surgió en Suecia (*Piratpartiet*) en 2006 y fue impulsado por dos situaciones originadas en 2003: 1) la creación de la *Swedish Anti-piracy Bureau* (*Svenska Antipiratbyrå*), una agencia privada, financiada por la *Motion Picture Association of America* (MPAA), destinada a proteger la aplicación de la ley de derechos de autor en el país; y 2) el surgimiento del *Piratbyrå*, un colectivo decididamente dispuesto a incluir el debate sobre el *copyright* en la agenda pública para transformarlo en un problema político (Miegel & Olsson, 2008). El conflicto fue reforzado después que el ministro Thomas Bodström, en 2005, hizo público un proyecto de ley para intensificar las medidas de control y monitoreo de Internet, apoyándose en la promesa de garantizar mayor seguridad a la sociedad sueca.

Aprovechándose de las amenazas políticas concentradas alrededor de Internet, el informático Rick Falkvinge creó, el 01 de enero de 2006, el prototipo de lo que sería el *site* de partidos a través de un *hub* en la red *Direct Connect*¹⁰¹. En los días siguientes, la página en Internet recibió miles de visitas. Falkvinge dejó su trabajo, pidió un préstamo bancario y decidió dedicarse integralmente a la construcción del partido. Mientras se creaba se producía el ataque hostil de la policía sueca a los servidores del *The Pirate Bay* [un *tracker*¹⁰² creado por el *Piratbyrå* para experimentar sobre la circulación de archivos indexados en *websites*, utilizando la tecnología de las redes *peer-to-peer* (P2P)] derivó en el aumento de la popularidad del *Piratpartiet*. Sin embargo, la adhesión de miles de nuevos miembros no significó que se alcanzaran los votos suficientes para vencer la primera elección. En la competencia nacional de 2006 obtuvo 0,63% de los votos. Sin resultados favorables que garantizaran un lugar en el *Riksdag* (Parlamento de Suecia) –mínimo de 4% –, el Partido surge como el tercer partido más grande fuera del Parlamento, sobrepasando, por ejemplo, al Partido Verde Sueco (Li, 2009; Erlingsson & Persson, 2011). En las elecciones para el Parlamento Europeo de 2009, el

101 *Direct Connect* es una red de circulación de archivos y canales de *chat* en línea.

102 *Tracker* es el nombre que se da a un servidor computacional que *rastrea* computadoras de usuarios que poseen determinados archivos.

Piratpartiet recibió 7,13% del total de votos de Suecia y garantizó un escaño parlamentario. Con el Tratado de Lisboa ratificado, el número de votos favoreció el Partido con un escaño más.

Cuando fue creado, el objetivo principal del Partido Pirata era llevar el *copyright* al debate político, cuestionando los orígenes y las formas de legitimidad que el sector privado disponía para monopolizar la información y restringir la autonomía civil en el ejercicio de su derecho, utilizando, por ejemplo, las redes P2P. De esta manera, el *Piratpartiet* pasó a enfatizar la relectura de conceptos cruciales para la organización estructural y legitimación del *copyright* – como el de autoría y el de propiedad intelectual – a la luz del desarrollo tecnológico y de la afirmación de los principios morales basados en valores pos-materialistas (Miegel & Olsson, 2008).

La aparente política restrictiva que definía su proyecto inicial fue objetivo de innumerables críticas. En julio de 2012 aún era posible leer en el *site* de los suecos: “El Partido Pirata tiene solamente tres temáticas en su agenda: 1) Reformar la ley del *copyright* [...]; 2) Abolir el sistema de patentes [...]; 3) Respetar el derecho a la privacidad” (*Piratpartiet*, s.d.: página desactivada). La base de su fundación se mantuvo, pero el discurso radical pasó a ser moderado. Las tesis políticas adquirieron mayor solidez ideológica, atingente a un campo social más expresivo. Las limitaciones del primer proyecto fueron superadas por medio de la adopción de principios más amplios. El nuevo *layout* programático que hoy encontramos en el *Piratpartiet* es fruto de una *evolución organizativa* (Panebianco, 2005), integrada por tres periodos distintos. La primera fase estuvo marcada por una protesta inicial; la segunda por la formación de una plataforma específica para atender los reclamos que no estaban contemplados en las propuestas de los partidos tradicionales, y, por último, la tercera destacó por la elaboración de propuestas más robustas, capaces de soportar un escenario más amplio de acción.

Actualmente el número de países que levantan la bandera a través de los propios partidos (oficializados y en proceso de oficialización) ya pasa de los sesenta. La rapidez de este aumento fortaleció al MPP como uno de los más importantes fenómenos sociales del siglo XXI. La elección de dos euro-diputados en 2009 por el Partido Pirata de Suecia, la ascensión fulminante del Partido Pirata Alemán en 2012 y la reciente victoria de los piratas de Islandia, son indicios singulares de la su gradual penetración en el espectro político (Li, 2009; Erlingsson & Persson, 2011). A diferencia de lo que proponían algunos analistas de la época sobre la victoria de los piratas suecos como un efecto de la insatisfacción del electorado hacia la política nacional, en el análisis de Erlingsson y Persson (2011) el triunfo del *Piratpartiet* en 2009 se habría logrado por medio de la identificación individual de los electores con las premisas del Partido, así como de la constatación de la ausencia de estos principios en las propuestas de los políticos tradicionales. Los autores concluyen que la principal razón que explicaría su existencia inicial debió ser el hecho de que este partido fue el único en presentar el punto

de vista de los electores en cuestiones relacionadas, por ejemplo, con el derecho a la privacidad y el *download* a través de Internet.

Además de los tres principios de base, la política común de los piratas pasó a privilegiar más: la transparencia de la gestión pública y la construcción de una nueva democracia. La dilatación de las acciones programáticas recibió impulso a través de la acogida realizada por el MPP a las potencialidades instrumentales de las tecnologías digitales en la promoción de una experiencia efectiva del ejercicio político. De esta manera pasó a defender propuestas conjuntas orientadas en promover el libre acceso a las informaciones de los actos públicos, con el objetivo de permitir la fiscalización y la apertura pública de todos los procesos que involucran el Estado. Como última meta, y quizá la más enfatizada, el MPP incluyó el compromiso de buscar nuevas formas para constituir una democracia, definitivamente, deliberativa.

En los países que siguieron el ejemplo de Suecia, los principios fundadores se mantuvieron resguardados. Sin embargo, las propuestas pasaron a obedecer una lógica de cariz holística de acuerdo con los diferentes contextos culturales. Aunque los partidos se mantienen con dinámicas distintivas, la solidaridad política transnacional ha sido reforzada, sea mediante la creación de organizaciones internacionales como el Partido Pirata Internacional en 2010 para establecer una red imaginaria racionalmente dispuesta para poner en práctica su carácter comunitario en la lucha por objetivos comunes, sea por la alienación ideológica de las formas de representación social que integran la marca de su identidad.

Pueden llamarme de pirata: procesos simbólicos y construcción del imaginario

Una de las formas simbólicas utilizadas por los piratas para obtener valor social para su imagen institucional, es el intento de la recualificación y del deslizamiento semántico res significado en el propio nombre del Movimiento. El ejercicio es premeditado. Funciona como una ancla retórica para asegurar su imagen no por la inclinación hacia el crimen, sino por el enfrentamiento y por la ruptura con los sentidos normativos e las perspectivas que categorizan las prácticas defendidas por estos actores.

En general, el examen del Movimiento revela el hibridismo de la su acción: cambiar *radicalmente* la forma de hacer la política, al principio por el impacto expresivo que realizan en la formulación de sus tesis y en la elaboración de su marca, mientras se presenta en contraste con los protocolos tradicionales, en lo que el campo de la política es entendido como espacio serio de acción formal. El

abordaje programático, el *marketing* del nombre del Partido y la hexis lingüística y corpórea que usan, muestran el intento de los piratas por reorientar la narrativa y la gramática de la política.

Al trasladar el prototipo del pirata al campo de la política, parecen reafirmar la función de la lenguaje en la batalla por la producción de sentidos. El nombre es el primer símbolo en este campo de competencia. Representa para un partido político no solamente una denominación distintiva, sino el propio programa y la bandera por la cual luchan (Domenach, 1963). En esta ruta, el juego social y la determinación de los sentidos dependen de la posición objetivada que el sujeto asume frente al significado anteriormente concebido.

Como ha señalado Bourdieu (1989), lo sentido, durante un recurso discursivo, ejerce un poder simbólico sobre las identidades debido a su carácter de *estructura estructurante*. Este mismo sentido depende de la condición ideológica en que fue creado. Pero, el enunciado no sobrevive autónomamente. Su vida depende de la complicidad de aquellos que se someten y de aquellos que ejercen el poder a través de su fuerza social. Así, la producción del sentido sentencia una competencia ideológica y constante en el interior de todas las relaciones de poder:

[...] somos piratas pues estamos contra la ley que dice que somos piratas [...] Trabajar con seriedad es el camino para enseñar que criminales son las leyes que dicen que nosotros somos criminales. [...] lo que nosotros hicimos con muy buen humor fue apropiarnos de este apodo. Quienes quieren llamarme pirata, pueden llamarme pirata. Es una estrategia de comunicación sacada de *marketing*. Por el crecimiento de la causa en el mundo, se puede notar que está funcionando. (Entrevista colaborativa con miembros del Partido Pirata del Brasil)¹⁰³

Para Bourdieu, compartiendo el pensamiento del lingüista dinamarqués Louis Hjelmslev, “los signos [...] no son definidos positivamente por su contenido, pero sí negativamente a través del contraste de su relación con los demás términos del sistema” (Hjelmslev, 1959 *apud* Bourdieu, 2009: 17). De esta manera -ya que se presentan como aquello que el otro, supuestamente, no debería ser-, atribuyen valor simbólico contrastante dentro de la estructura social, cuestión muy pertinente también a los estudios de Goffman (1988) respecto del estigma y de Becker (2008) y Pollner (1987) respecto del desvío. Este ejercicio está predispuerto por un tipo “de armonía preestablecida que explica el ‘nivel’ estatutario que, como la propia palabra indica, debe lo esencial de su ‘valor’ a su posición en una estructura social definida como sistema de posiciones y oposiciones” (Bourdieu, 2009: 17). Tal

¹⁰³ Testimonio recogido vía *software* Etherpad (editor de textos para escrita colectiva en tiempo real) en distintos días del mes de agosto de 2012.

proceso es estimulado por la elaboración de categorías homólogas y opuestas con el objetivo de establecer los marcos entre aquello que es desviado y distinto. Esta estrategia fue considerada por el sociólogo como un apriorismo ocupado en determinar el sistema de significaciones a partir del juego de la asociación y de la disociación, de la inclusión y de la exclusión, en el interior de las estructuras sociales, “sacando los elementos constitutivos de esta estructura, grupos o individuos, de la *insignificancia*” (Bourdieu, 2009: 17, subrayado del autor).

Es importante registrar que, en sus interludios, el pirata también fue estilizado en la literatura y por grupos disidentes de modo divergente y polisémico un como símbolo de resistencia. Sin embargo, la estrategia enunciativa no adquirió fuerza social suficiente para romper con su estado homosemántico. De cierta manera, la utilización discordante de la palabra y la autoreferenciación como ejercicio simbólico de ruptura, a pesar de representar una aparente actitud subversiva que se opone al sentido ideológico y estructurante de la categoría, contribuyó a reforzar la cualidad subjetiva del nombrado a la estructura distintiva del lenguaje. Todavía, el “collage” del término en la identidad que quieren tener, se muestra fuertemente defendido por los actores en la forma de una objeción heterotópica apoyada, de un modo reflexivo, en los actos que caracterizan el ser mítico del pirata, que en este caso peculiar se remite a la destrucción de los espejismos sociales creados por los monopolios semánticos.

Siguiendo este raciocinio, encontramos, también, un carácter contrastante del MPP sobre aquello que Goffman (1988) defendió a propósito de las variaciones intermitentes que sufre el proceso de estigmatización. Como elemento construido y/o legitimado por los actores sociales, el estigma permite su inversión. De la misma forma que puede ser establecido y “pegado” en la personalidad de un individuo o en la acción de un grupo, también puede ser modificado por los mismos, sin tener que, necesariamente, ser desvinculado (Lima, 2001). La inversión de papeles, donde el rotulado se vuelve rotulador es posible, siguiendo la sugerencia de Goffman (1988), pues el proceso de estigmatización se fundamenta en las interacciones simbólicas y no en las formas concretas de los sujetos. En este caso, lo que determinaría la condición estigmatizante sería la fuerza de la representación, existente o no, en el contexto de las distintas relaciones y en la variedad de los grupos en los cuales el individuo estigmatizado interacciona (Schilling & Miyashiro, 2008). Así, el estigma debe ser considerado como “perspectivas generadas en las situaciones sociales interactivas de normas no cumplidas” en que todos los sujetos integran la misma complejidad social (Goffman, 1988: 137).

Pierna de palo, ojo de vidrio y cara de malo: *bricolage*, performatividad e recursos de enfrentamiento

Los procesos metonímicos y el modo, casi artesanal, de afirmación de la política del MPP también pueden ser entendidos a través de la idea de *bricolaje*. Para Lévi-Strauss (2003), al replantear el concepto en el intento de explicar las diferencias entre el pensamiento mítico y el científico, el *bricoleur* trabaja con los *medios-límites*, o sea, un conjunto continuo y restringido de utensilios y materiales. El quiere decir que el *bricoleur* trabaja con los recursos que tiene en las manos para crear estrategias evasivas y dar origen a nuevos resultados y nuevos artefactos. De esta manera, la lógica del *bricoleur* no solamente contrasta la formalidad del arquitecto y del ingeniero, sino que también se opone a la estructura organizacional que la compone. El *bricoleur* es un artista que improvisa y, falto de previsión, desarrolla mecanismos creativos y propios de afirmación para su obra autónoma.

Floch (1995) también buscó distinguir formas de *bricolage* en la producción de las identidades visuales. Utilizando la idea preliminar de Lévi-Strauss (2003), defendió que la identidad, como forma expresiva a partir de una praxis enunciativa, se forma a través de un proceso de *bricolaje* en que las formas fijas son utilizadas para crear lo nuevo desde el antiguo. Así que toda acción de bricolaje implica la presencia de un sujeto enunciador que construye, de modo particular y contra la erosión del sentido, contra la *désémantisation*, la propia identidad a través de un acto libertario (Flock, 1995). En este sentido, *bricolaje* es una práctica fragmentaria, periférica y rizomática que utiliza el contorno como una actividad, al mismo tiempo que no ha sido planeada desde el inicio de la acción, de reorganización empírica a partir de elementos despreciados y rechazados por la supuesta orden. Y en este sentido, el bricolaje se vuelve un recurso denso para la desestabilización. El tono despreciativo del adversario endosa la transformación de la acusación en un título de gloria (Domenach, 1963: 34). En esta óptica, el eufemismo del MPP converge su práctica a través del carácter liberador que el *bricolage* permite. Oponerse a la estandarización de las identidades y de los protocolos de la representación del mundo, significa revitalizar la imagen del pirata como marcador performativo contra la acusación adjetivada de la política que defienden. La conversión se propaga por toda la dinámica de los actores. Además la utilización renitente de lo epíteto, los piratas rescatan el universo de la piratería marítima a partir de representaciones teatrales para asegurar a una identidad exclusiva. Un “Ahoy!” es muchas veces invocado para saludarse los unos a los otros y un “Arrrr!” para señalar una exclamación¹⁰⁴.

Las referencias marítimas no paran. También están presentes en el símbolo internacional del Partido Pirata: una vela de un buque forma la letra “p” en colores monocromáticos, fortalece el imaginario de los actores al crear una conexión figurativa con la famosa bandera de Jolly Roger¹⁰⁵. La sencillez

104 Cf. imagen 1 de este capítulo.

105 Cf. imagen 2 de este capítulo.

del símbolo gráfico colabora con la integración cómoda del MPP al invocar un conjunto de ideas y sentimientos intercambiables por la unidad ideológica de sus principales propuestas. Como defendió Domenach (1963), las fórmulas claras y la reducción del tono rebuscado y abstracto de las propagandas partidarias, solamente tiende a favorecer buenos resultados en el proceso elemental de fijación de una ideología. La identificación casi automática de los piratas con el negro y el blanco persistió a lo largo del tiempo. Son construcciones connotativas que transgreden artificialmente la norma (Durand, 1974). Como dice Machado (2013: 37), este modo de actuar “intriga por su inevitable asociación con la dualidad de varios sistemas de creencias que, a su manera, intentan descomponer o deconstruir la realidad en sus niveles más básicos”.



Imagen 1. Publicidad – Piratas de Berlin/Divulgación (Torrent Freak, 2011)



Imagen 2. Logotipo del Partido Pirata /Divulgación (Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.d.).¹⁰⁶

¹⁰⁶ El logotipo del Partido Pirata, creada por Marie "Emma" Andersson, es de dominio público. Según la información del Wikipedia, la imagen no contiene ningún derecho autorial, o sea, su utilización es libre y no necesita autorización para cualquier tipo de uso, solamente la citación del autor, cuando fuese el caso.

Como pronombre de tratamiento, el pirata ya no es más un denominador adjetivado, pero sí un sustantivo que identifica una nueva clase de políticos y también un nuevo estilo de vida. La ampliación interpretativa a través de un discurso positivo de lo termo favorece el contagio social en la medida en que los actores utilizan las mitologías de los piratas como símbolos de la resistencia. Así, convergen su acción a través del ejercicios exhaustivos de elaboración de recursos discursivos empáticos con el objetivo de amplificar la perspectiva que defienden. La conversión es, de modo reflexivo, fundamentada en discursos humanistas que se oponen a las amenazas contra los derechos fundamentales. Incorporar el pirata es una táctica híbrida. En el campo partidista, es nacido como un nueva categoría política. El en campo social, se afirma para asegurar una ideología contra los monopolios. Así, racionalizar y reconstruir la identidad de lo pirata a través de ampliificaciones afirmativas aparenta funcionar como una extensión del horizonte de aplicación de una perspectiva autónoma, sea por la formación de las propias tesis políticas, sea por la auto-negociación con las implicaciones sociales que la ideología solicita.

Del mismo modo, esta amplitud, integrante del cuadro evolutivo de las premisas fundacionales del MPP, pretende crear un flujo continuo para la penetración social. Cuanto más la categoría es reconocida para distinguir causas políticas, más atinge individuos simpatizantes con los principios tutelados por los piratas:

Para mí, ser pirata involucra más que una posición política; es una visión del mundo. Si los piratas defienden la diseminación del conocimiento y la democracia directa, por ejemplo, una persona que lee para los niños de un huérfano, o un padre que enseña a sus hijos con respecto al malestar hacia la política y los políticos, son piratas, ¡sin saber! [...] (Brasileño, masculino, 42 años, entrevista)¹⁰⁷

[¿Todas las personas son piratas?] Depende del punto de vista [...] pero si se considera desde los libres pensadores hasta a los que hoy están en red, todos son piratas. Pero también depende de la connotación que se da al significado de pirata. El problema es que pirata tiene muchos significados buenos y malos [...] Pirata puede ser un *hacker*, una persona que hace *downloads*, un ladrón, un pensador libre, un emprendedor, entre otros significados. Del punto de vista del

107 Entrevista realizada a través de el *software* LimeSurvey. La entrevista fue aplicada a los miembros de los Partidos Piratas entre los meses de diciembre de 2012 a octubre de 2013. Los entrevistados tenían la libertad de mantener el anonimato, pero era obligatorio identificar el país y confirmar el involucramiento directo en el Partido Pirata local. En los casos utilizados en este texto los interlocutores optaron por identificar solamente el país de origen. Las hablas fueron recogidas a través de la aplicación de entrevistas y son parte del material de análisis de mi tesis doctoral. Por este motivo, el contenido integral no está disponible públicamente.

partido cualquier persona que esté de acuerdo con nosotros y nos apoye será un pirata. (Portugués, masculino, 26 años, entrevista)¹⁰⁸

Una práctica pirata es aquella que favorece a toda la sociedad: uso del *software* libre por autoridades, más transparencia gubernamental, incentivo a la cultura libre, etc. Actitudes piratas no surgen únicamente de los piratas. La diferencia es que quien no es pirata no las toma como causa, solamente como una medida entre otras, buena parte de ellas opuestas a la población. (Brasileño, masculino, 22 años, entrevista)¹⁰⁹

Pirata es alguien que, al defender un principio de base sobre compartir libremente conocimiento y cultura, se define eminentemente como contra-autoritario en el ejercicio de las relaciones en sociedad, sea en la relación con el Estado, sea en la relación con entidades privadas. Entonces, un pirata es alguien que defiende derechos civiles individuales, privacidad individual, transparencia pública y empoderamiento de las personas que se valen del libre conocimiento, personas que pasan a ejercer de forma más directa la dinámica colectiva de la sociedad, sea en las relaciones privadas, sea en el ejercicio de la democracia. (Brasileño, masculino, 28 años, entrevista)¹¹⁰

En el campo de la visibilidad, el ejercicio de los piratas se aproxima a una práctica contrapropagandística como un recurso exhaustivo y repetitivo de su vida publicitaria. En general, el objetivo de la acción es promover las propias ideologías a partir del combate de las tesis de los adversarios de modo persuasivo en que la atención social es atraída por mecanismos que visan “desmontar” y colocar en contradicción las ideas defendidas por la oposición (Domenach, 1963). Las tentativas de desestructuración de los modelos tradicionales de la publicidad política, aunque sea hecha a partir de una imitación sistémica de las formas clásicas utilizadas en las campañas electorales, es mejor conocida en la difusión de imágenes, palabras y temas que no integran, de modo explícito, el universo signico de los partidos tradicionales.

Un de los afiches de la campaña de los Piratas alemanes utilizados en las elecciones nacionales de 2013, expresa lo descontentamiento con la política de vivienda y los altos precios del alquiler. La insatisfacción viene escrita en tremendas letras a través de la frase: *Die Scheiss Mieten Sind Zu Hoch*, en traducción libre, sería algo como: “¡Jódase el alquiler!”. En otro afiche la figura de un señor con corbata hace compañía al afiche: *Vater Vater Kind* [“Padre, padre, hijo”], y sirve para divulgar las políticas de igualdad de todos los tipos de organización familiar. Los piratas abusan un poco más de la estética publicitaria. Para sus propuestas sobre políticas de diversidad cultural y de género hay un adhesivo con *I love penis* o *I love vagina*, donde se despliega el logotipo del partido con símbolos informáticos, diseños multicolor y palabras que identifican órganos genitales. Juntos simbolizan la

108 Testimonio recogido a través de charlas informales *on-line* con miembros del Movimiento del Partido Pirata Portugués, vía *chat* de *gmail* (correo electrónico) y del Facebook, en distintos días del mes de diciembre de 2012.

109 Cf. nota 7 de este capítulo.

110 Cf. nota 7 de este capítulo.

fusión de la política, la tecnología, el amor e la diversidad sexual. La lucha por libertad de consumo de marihuana es divulgada en paquetes de papel de liar tabaco¹¹¹.



Imagen 3. Carteles de la campaña política del *Piratenpartei*. Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

¹¹¹ Cf. imágenes 3 e 4 de este capítulo.



Imagen 4. Material de campaña del *Piratenpartei*. Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

Otra forma utilizada por los piratas de Alemania para establecer la interacción simbólica con los peatones es crear un diálogo imaginario con la oposición. Los mensajes de los afiches de los partidos rivales son replicados por medio de un pequeño letrero, fijado abajo del afiche del oponente. La política del adversario es contestada a través de sentencias irónicas con el objetivo de ridiculizar las promesas de los partidos tradicionales. Frases del tipo *Hahahaba...Nien* o *Echt Jetzt?!*¹¹², aparentemente inofensivas, sirven como agente de escarnio e instrumento para liberar la risa desdeñosa (Domenach, 1963). También fue ridiculizada la imagen de Angela Merkel. Para criticar las políticas de vigilancia del gobierno de la canciller, su cabeza fue desmontada para ser reemplazada por una cámara de filmar¹¹³.

Acciones semejantes son encontradas en la publicidad de los piratas del Brasil. El recurso a la ironía complementa la acción de bricolaje que ejecutan. El texto *Llega de política falsificada. Sea original. ¡Sea Pirata!*, reitera la función estratégica de inversión de los valores que la antífrasis, en tanto tropo, permite¹¹⁴. El intento sarcástico de la ironía, de manera vulgar, utiliza el carácter ambiguo de los sentidos tornándose menos en un procedimiento estilístico y más en un método denotativo (Barthes,

112 *Hahahaba... Nie?!* es una onomatopeya de una risa jocosa, seguida de una interjección para expresar un rechazo. La expresión puede ser traducida como “Hahahaha...No?!”. *Echt Jetzt?!* es una expresión utilizada para poner en duda una afirmación. Es algo del tipo: “¿Ah, en serio?”, o “Vas a fumarme”, “¿Jura?”. Quizá el “Oh, really?” del inglés.

¹¹³ Cf. imagen 5 de este capítulo.

¹¹⁴ Cf. imagen 6 de este capítulo.

1990) que busca en el conocimiento cultural del interlocutor las referencias predecesores que contribuyen para liberar el poder de su mensaje. En este sentido, gran parte de la acción mediática del MPP se basa en los mapas culturales establecidos anteriormente acerca de la imagen del pirata, su función y las prácticas que de él se originan en la forma de romper, por vías antagónicas, los sentidos dogmáticos. Acá, el lenguaje es un recurso seminal que sobrepasa, un poco más, el carácter sencillo de la retórica del podio para transformarse en proyección perturbadora de la estructura del orden.



Imagen 5. Directo: Cartel de la campaña pirata en Berlín. Izquierda: Letrero/Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

El conjunto de prácticas materializa una estrategia obtenida por lenguajes propias intencionadas en divulgar la cualidad de sus identidades sociales e, sobre todo, en hostilizar los principios fundacionales de lo sistema. Una transgresión que utiliza, según las contribuciones de autores como Durand (1974) y Barthes (1990), la retórica de lo visual como método apoyado en la libertad estilística que la publicidad permite para, así, crear una forma excepcional de existencia política. Se trata de un movimiento ostensivo de integración, en sus diversas instancias, del proyecto de vida de los actores en que las formas de disidencia se agitan a través de estrategias y estructuras enunciativas emitidas por ensayos de resistencia a las figuras del poder dominante. Son recursos de *ancoraje identitaria* apoyados en la saturación y en lo antagonismo de la *diferencia* como un puerto concreto de subversión de las lógicas sociales que dominan los comportamientos laicos y los modos desacralizados de existir. El juego de sentidos entre “falso” y “original” elaborado por la industria del entretenimiento y de las

grandes marcas, se vierte al campo de la política tornándose instrumento implícito de negaciones y oposiciones. Una estrategia performática, por veces excesiva, que abusa de lo caricatural con el objetivo de “singularizar, a través de una apuesta en una estética que marca su presencia en lo mundo y que, en los sus excesos neo-barrocos, se traduce en un manifiesto de la existencia de sus protagonistas” (Ferreira, 2011:121).



Imagen 6. Flyer digital del Partido Pirata de Brasil / Divulgación (Partido Pirata del Brasil, 2012).

Conclusión: la fiesta pirata

A juzgar por el contexto de la crisis ofrecida por la digitalización de la información (Dantas, 1999; Schiller, 1999, 2007; Bolaño, 2000; Garcia, 2006; Machuco Rosa, 2006; Boyle, 2008; Branco, 2011) es imperativo decir que el MPP no figura como una solución conflictiva. Al contrario, hace titilar el propio conflicto al interior del capitalismo informacional. Sin duda, el ejemplo sueco marcó el proceso de transición del activismo civil hacia la formación de estrategias políticas permanentes de combate a la criminalización unilateral de algunas prácticas de circulación de la información a través de Internet (Hintikka, 2006; Andersson, 2011). Además, la politización del discurso reorientó la agenda pública respecto de la utilización irrestricta de la ley en los casos donde se alegaba la violación de derechos autorales. Al retirar la exclusividad del factor legal como recurso operatorio y decisivo, la

cuestión dejó de ser un problema de ley, tornándose, decisivamente, de orden socio-político. En este punto, no bastaría remediar los casos de violación del *copyright* a través de la intervención jurídica sin antes examinar, entre otras cosas, el grado de violación de derechos civiles – como el de la privacidad – por la sencilla aplicación de la norma en defensa de los intereses privados (Dahlberg, 2011).

El surgimiento del MPP nos ayuda a pensar en la hermenéutica desafiante que su proyecto representa en el camino de reflexión con respecto a la legitimidad de la ley al comenzar por la arbitrariedad que establece a través de su lógica de la distinción. De hecho, la imagen bucólica de los piratas marítimos, de cierta manera, desapareció de las aguas. Y, a pesar de la discursividad peyorativa del término, la piratería también fue utilizada como una figura arquetípica de resistencia social. La imagen mitológica del pirata fue celebrada como símbolo poético y subversivo del orden político dominante. El carácter clandestino y aventurero del pirata inspiró diversas lecturas calificativas acerca de su función en el campo de las luchas sociales. Los textos de Pessoa ([1915] 2007), Lapouge (1998), Bey (1991), Machado (2013) y tantos otros, inflamaron la figura refrigerada del pirata al exaltarla como uno de los símbolos utópicos de superación de las crisis narrativas de los poderes instaurados. Los relatos históricos acerca de la dinámica de la vida de los piratas fortalecen estas visiones más politizadas acerca de la práctica de la piratería. Rediker (2004), que hace coro con otros autores, al escribir *Villains of all Nations*, resaltó el carácter solitario presente en las acciones libertarias de los piratas en el siglo XVIII. Según el autor, al acoger esclavos africanos dentro de sus buques, los liberaban y, de esta manera, implantaron un sistema propio y más igualitario en la distribución de los recursos. Desde esta perspectiva, la piratería es admitida como una oposición transitoria que se transforma en condición permanente. En el caso de la historia de la marina, los piratas eran vistos con la mirada resentida pues, de cierta forma, crearon otra fuerza naval con un funcionamiento más posible y, adelantando conclusiones, más recíproco, democrático y libertario.

Mientras, como figura emblemática, la imagen del pirata es prohibida. Ella es el revés de la artificialidad de un mundo ordenado alrededor de la moral del dinero. En las sociedades ordenadas por la razón cultivada, es una amenaza y no es bienvenido. Como símbolo de resistencia y ruptura, hace contrapunto a los constreñimientos legales que controlan, coercitivamente, la barbarie interna y protegen toda la moralidad cartesiana. La asociación con la figura del pirata, a pesar aparentar una actitud bucólica, incita la osadía de sus premisas y hace recordar el carácter político del *détournement* como instrumento situacionista de disidencia (Debord & Wolman, 2006). La búsqueda de una convergencia ontológica de la semántica iniciada por el *Piratbyrån* reverbera, de forma solida, en el discurso de estos actores. En vez de rechazar o destruir la identidad, asumirán el riesgo de sustituir la morfología obsoleta por un significado antagónico al sentido original para disfrutarlo. Es en este

sentido que su acción incentiva a reflexionar sobre la episteme política que está imbricada en su representación.

Del mismo modo en que los contextos de coerción de la ley y de subjetivación de los individuos a que los piratas marítimos estaban subyugados representaban un contexto idealizado para su resistencia civil, el desplazamiento de la piratería para nuevos campos de competencia de poder, como el de la información digital, sirve también como presuposición para el ejercicio de una práctica crítica en relación a la violencia instrumental de los dispositivos legales y proteccionistas creados para castigar los supuestos delitos cometidos contra la propiedad intelectual. Siguiendo este raciocinio, los piratas aceptan que la fuerza coercitiva que los procesos de la legislación de los derechos autorales y de patentes solicita una acción política que se involucre en la lucha para impedir la privatización del bien común.

No es concluyente atribuir a la acción del MPP un ejemplo típico de aquello que Debord y Wolman (2006) defendieron con respecto a la práctica que propusieron a finales de la década de 1950. Pero también no es lejana la idea de que condujo al término hacia otro conjunto de significados con una nueva dimensión y un nuevo efecto social. A través del choque, la ironía, la sátira y la sustitución, utilizan el rótulo a partir de un *ethos* propio. Siguiendo la propuesta de Lessig (2008) y Garcia y Silva (2012), en un tiempo de intertextualidades creativas, la metáfora pierde su valor como marcador epistémico de un estigma, pasando a ser utilizada en forma de pastiche para demarcar una ideología que desconstruye para reconstruir.

Sin duda, la tónica de esta premisa revive el debate ideológico y utópico alrededor de la toma del poder por nuevos movimientos sociales. Las experiencias cotidianas de los partidos políticos tradicionales pulverizan las dudas en relación a la actuación de las minorías partidarias. Sin embargo, el discurso de la crisis congela el vigor de sus certidumbres. En la concepción de Ricoeur (1991), la ideología es un factor de integración que reacciona como mediador simbólico en la acción social de acuerdo con la necesidad de un determinado grupo en preservar o fortalecer su identidad y su forma de representación. Al mismo tiempo que la ideología constituye la imagen de sí mismo, la utopía puede también ser interpretada como una implicación saludablemente necesaria para crear alternativas a los modelos hegemónicos. Su carácter disruptivo y transformador nos enseña que existe entre la crisis y la utopía una relación profunda. Como subrayó Serra (1998: 27-29), “toda utopía es simultáneamente, sea un síntoma de la crisis del vivir de un cierto mundo, sea la forma imaginaria [...] de superación de esta crisis”. En función de las metáforas, si la cualidad ideológica defendida por los Piratas no presenta una solución inmediata, al menos reactualiza nuestro imaginario acerca de la función antagónica de la utopía y de la ideología: de subversión, de destrucción de la realidad

existente, en el primer caso, y de conservación, de confirmación de la realidad existente, en el segundo.

No hay garantías de que los Partidos Piratas, como movimiento social o partido político, logren sobrepasar la sofisticación de las asociaciones ya enquistadas en el núcleo de las políticas internacionales de la información, de la cultura y del conocimiento. Ni mucho menos de que logren, finalmente, transformar la democracia en un proyecto menos opaco y más realizable, permaneciendo exentos del proceso de coacción y homogeneización que caracteriza la tradición política occidental. Los conflictos internos que experimentan, el crecimiento silencioso y la política *catch-all* que pasó a vigorizar su programa, no profetizan su fin. Al revés, parecen adelantar los nuevos desafíos que se presentan al Partido Pirata en la consecución de sus intereses y, por consiguiente, en su afirmación como un movimiento global comprometido en cuestionar la normatividad de los fundamentos políticos de la regulación de la información.

Referencias Bibliográficas

- Andersson, J. (2011). The Origins and Impacts of the Swedish File-Sharing Movement: A Case Study. *Journal of Peer Production* [Online], disponible: <http://peerproduction.net/issues/issue-0/peer-reviewed-papers/the-origins-and-impacts-of-swedish-filesharing/> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Barthes, R. (1990). *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- Becker, H. S. (2008) *Outsiders: Estudos de Sociologia do Desvio*. Rio de Janeiro: Zahar
- Belisário, A. & Tarin, B. (eds.), (2013). *Copyfight: Pirataria e Cultura Livre*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Bey, H. (1991). *T.A.Z.: The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*. [Online], disponible: <http://hermetic.com/bey/taz3.html#labelTAZ> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Bolaño, C. (2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo: Editora Hucitec-Editora Pólis.
- Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. London: Yale University Press.
- Branco, S. (2011). *O Domínio público no direito Autoral Brasileiro: Uma Obra em Domínio Público*. Rio de Janeiro: Lumen Juris.
- Bourdieu, P. (2009). *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Castells, M. (2007). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, Negócios e Sociedade*. 2ª. ed, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. & Cardoso, G. (eds.), (2013). *Piracy Cultures: How a Growing Portion of the Global Population is Building Media Relationships Through Alternate Channels of Obtaining Content*. Indiana: Xlibris.

Dantas, M. (1999). Capitalismo na Era das Redes: trabalho, informação, valor no ciclo da comunicação produtiva. In: Lastres, H. & Albagli, S. (Orgs.) *Informação e Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Campus, pp. 216-161.

Dahlberg, L. (2011). Pirates, Partisans, and Politico-Juridical Space. *Law and Literature*, vol.23, no. 2, Summer, pp. 262–281.

Debord, G. & Wolman, G. (2006). A User's Guide to Détournement. In: Kanabb, K. (ed.). *Situationist International Anthology*. Berkeley: Bureau of Public Secrets, pp. 31-43. [Online], disponível: <http://www.anarchyisorder.org/CD4/Lay-outed%20texts/PDF-versions/Knabb,%20Ken%20-%20Situationist%20International%20Anthology.pdf> [Acesso 15 Mayo 2013]

Decherney, P. (2012). *Hollywood's Copyright Wars: From Edison to the Internet*. New York: Columbia University Press.

Domenach, J. M. (1963). *A propaganda política*. 2ª. ed., São Paulo: Difel.

Duran, L. D. (2011). *A construção da pirataria: o processo de formação do conceito de "pirata" no período moderno*. São Paulo: Annablume.

Durand, J. (1974). Retórica e imagem publicitária. In: METZ, Christian. et ali. *A Análise das Imagens*. Petrópolis: Vozes, pp.19-55.

Durand, R. & Vergne, J. (2013). *The Pirate Organization: Lessons From the Fringes of Capitalism*. Boston/Massachusetts: Havard Business School Publishing Corporation.

Erlingsson, G. O. & Persson, M. (2010). The Swedish Pirate Party and the 2009 European Parliament Election: Protest or Issue Voting? *Politics*, vol. 31, no. 2, October, pp.121–128.

Ferreira, V. S. (2011). O “Jovem Radical” Contemporâneo: Novos Sentidos de um Qualificativo Juvenil”. In: *Crítica e Sociedade: Revista de Cultura Política*. v.1, n.2, jan./jun, pp. 107-127.

Floch, J. M. (1995). *Identités visuelles*. Paris: PUF.

Gantz, J. & Rochester, J. B. (2005). *Pirates of the Digital Millennium: How the Intellectual Property Wars Damage our Personal Freedoms, our Jobs, and the World Economy*. New Jersey: FT Press.

Garcia, J. L. (2006). Biotecnologia e Biocapitalismo Global. *Análise Social*, vol. XLI, no. 181, pp. 981-1009.

Garcia, J. L. & Silva, P. D. (2012). YouTubers as Satirists: Humour and Remix in Online Video. *eJournal of eDemocracy and Open Government - JeDEM*, vol. 4, no. 1, pp. 89-114.

Goffman, E. (1988). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4ª. ed., Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Gorz, A. (2005). *O Imaterial: Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo: Annablume.

Higgins, G.E. & Marcum, C.D. (2011). *Digital Piracy: An Integrated Theoretical Approach*. Durham, N.C: Carolina Academic Press.

- Hintikka, K. A. (2006). *Pirates in Politics – Internet Piracy as Individualised Politics*. [Online], 25 Novembro, disponible: <http://www.edemocracy.uta.fi/eng/haefile.php?f=113> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Johns, A. (2009). *Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates*. The Chicago, London: University of Chicago Press.
- Kernfeld, B.D. (2011). *Pop Song Piracy: Disobedient Music Distribution Since 1929*. Chicago/London: University of Chicago Press.
- Lapouge, G. (1998). *Os Piratas: Piratas, Flibusteiros, Bucaneiros e Outros Párias do Mar*. Lisboa: Antígona.
- Lemos, R. (2005). *Direito, Tecnologia e Cultura*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: The Nature and Future of Creativity*. Penguin Press: New York.
- Lessig, L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Academic.
- Lévi-Strauss, C. (2003). *Antropologia Estrutural*. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Li, M. (2009). The Pirate Party and the Pirate Bay: How the Pirate Bay Influences Sweden and International Copyright Relations. *Pace International Law Review*, vol. 21, no. 1, pp. 281-307.
- Lima, R. C. P. (2001). Sociologia do Desvio e Interacionismo. *Tempo Social*, vol.13, no. 1, Maio, pp. 185-201.
- Machado, J. (2013). Sonho pirata ou realidade 2.0. In: Belisário, A. & Tarin, B. (Orgs.). *Copyright: Pirataria e Cultura Livre*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Machuco Rosa, A. (2006). *Cinco lições sobre Comunicação, Redes e Tecnologias da Informação da Cibernética ao Copyright*. Lisboa: Vega.
- Mason, M. (2009). *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture is Reinventing Capitalism*. New York: Free Press.
- Miegel, F. & Olsson, T. (2008). From Pirates to Politician: The Story of the Swedish File Sharers who became a Political Party. In: Carpentier N. & Prulmann-Vengerfeldt, P. et al. (eds.). *Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an Enlarged Europe*. Estonia: Tartu Publisher Press, pp. 203–217. [Online], disponible: http://www.researchingcommunication.eu/reco_book4.pdf [Acceso 05 Enero 2013].
- Panebianco, A. (2005) *Modelos de partido: Organização e Poder nos Partidos Políticos*. São Paulo: Martins Fontes.
- Partido Pirata de Brasil (2012). Fotos del Partido Pirata de Brasil. *Facebook*
[Online], 20 Junio, disponible: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=461198453907669&set=pb.180044272023090.-2207520000.1381782005.&type=3&theater> [Acceso 13 Mayo 2013]
- Pessoa, F. ([1915] 2007). Ode Marítima. *Revista Orpheu*, A. 1, no. 2, Abr./Mayo/Jun. [Online], disponible: http://www3.universia.com.br/conteudo/literatura/Orpheu_n2_de_alvaro_de_campos.pdf [Acceso 17 Julio 2013]

Piratpartiet (2008). *European Pirate Platform 2009* [Online], 2 Julio, disponible: http://www.piratpartiet.se/nyheter/european_pirate_platform_2009. [Acceso 02 Febrero 2012].

Pollner, M. (1987). *Mundane Reason: Reality in Everyday and Sociological Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

Postigo, H. (2012). *The Digital Rights Movement: The Role of Technology in Subverting Digital Copyright*. Cambridge/London: The MIT Press.

Rediker, M. (2004). *Villains of All Nations: Atlantic Pirates in the Golden Age*. Boston Massachusetts: Beacon Press.

Ricoeur, P. (1991). *Ideologia e Utopia*. Lisboa: Edições 70.

Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge/Massachusetts/London: The MIT Press.

Schiller, D. (2007). *How to Think About Information*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.

Schilling, F. & Miyashiro, S. G. (2008). Como incluir? O debate sobre o preconceito e o estigma. *Educação e Pesquisa*, vol.34, no.2, Maio/Agosto, pp.243-254.

Schweidler, C. & Constanza-Chock, S. (2005). Piracy. In: Ambrosi, A., Peugeot, V. & Pimienta, D. (eds.). *Word Matters: Multicultural Perspectives on Information Societies*. Caen: C & F Éditions. [Online], disponible: <http://vecam.org/article694.html?lang=en> [Acceso 23 Agosto 2013]

Serra, P. (1998). *A informação como utopia*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. (Série: Estudos em Comunicação). [Online], disponible: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-serra_paulo_informacao_utopia.pdf [Acceso 10 Agosto 2011].

Stallman, R. M. (2002). *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*. Boston: GNU Press. [Online], disponible: <http://www.gnu.org/philosophy/fsfs/rms-essays.pdf> [Acceso 24 Agosto 2010].

Strangelove, M. (2005). *The Empire of Mind: Digital Piracy and the Anti-Capitalist Movement*. Toronto: University of Toronto Press.

Torrent Freak (2011). *German Piracy Party On Course to Election Win*. [Online], 20 Agosto, disponible: <http://torrentfreak.com/german-pirate-party-on-course-to-election-win-110820/> [Acceso 13 Mayo 2013]

Vaidhyanathan, S. (2003). *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How it Threatens Creativity*. New York University Press.

Vergne, J. (2013). The Pirate and the Capitalist: A Love Story? *Policy*, vol. 29, no. 3, Spring, pp. 3-9.

Wikipedia, The Free Encyclopidia (s.d.). *File:Piratpartiet.svg*. [Online], disponible: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Piratpartiet.svg> [Acceso 12 Marzo 2013].

Capítulo 9

Inclusión del tecnobrega en los nuevos procesos de circulación cultural

Lydia Gomes de Barros

Debido a su especificidad geográfica, la ciudad de Belém, capital del estado de Pará, norte de Brasil, suele verse envuelta en ritmos caribeños ‘Calientes’, que las programaciones de las radios locales anteponen incluso a los éxitos populares nacionales. Tal vez por esta razón, la musicalidad en Belém sea de frontera: el *pop*¹¹⁵ *del mundo* tiene un lugar permanente junto a las tradiciones musicales propias de sus raíces - las *guitarradas* (estilo musical típico de Belém) son un clásico - y del cancionero romántico popular, siempre bien acogido por los vecinos de la periferia de Pará, habituales de los circuitos de bailes itinerantes de la Región Metropolitana de la ciudad, los aparatos de sonido. En general, los aparatos de sonido - fundamentales para el circuito tecnobrega analizado en este capítulo - se pueden describir como empresas familiares que poseen equipos de sonido con los que producen festivales *brega* (kitsch) por todo el estado, llevando la cabina de control, torres de altavoces, pantallas y equipo de efectos especiales, además de DJ y el personal que se ocupa de la instalación y operación de los dispositivos técnicos (Lemos y Castro, 2008).

El tecnobrega surgió en el verano de 2002, pero todavía sigue siendo una novedad como fenómeno cultural de la capital de Pará. Esta música se ajusta a la idea de novedad en al menos dos sentidos: primero, se trata de un estilo que desciende de la música romántica *brega* (kitsch), y fue, hasta hace poco, ignorado por la audiencia de clase media, bien por la calidad técnica de las grabaciones o por

¹¹⁵ La idea de la música popular se usa genéricamente en este trabajo para describir géneros musicales diversos, producidos a escala industrial y con distribución masiva, por lo general centrada en grupos heterogéneos de oyentes (Tagg, 1999), a diferencia de la música popular tradicional ‘de raíz’ country/Folklórica. Aunque el término se usa a menudo como sinónimo de la música *pop*, hay divergencias conceptuales en torno a estas definiciones. Incluso sin el cuestionamiento de las distinciones entre los términos de este capítulo, el término música *pop* se refiere a la música popular internacional, en su terminología en inglés (popular music), entendida como música urbana masiva que circula en el aparato de la industria de la industria discográfica mundial, a ejemplo del rock (Gautier, 2003).

sus letras que apelan al doble sentido.¹¹⁶ Una canción que, en palabras de la cantante y líder de la banda TecnoShow, Gabi Amarantos, “apelando a bajas, fue discriminada por ser de la periferia, pobre y, por tanto, no tenía éxito.”¹¹⁷ Al decantarse por los aparatos - el universo auto-referencial de fiestas, artistas, DJs y clubes de fans - el Tecnobrega parece haber roto una primera barrera ideológica, ampliando su canal de comunicación más allá de los círculos menos estigmatizados socialmente.

Esta escena musical también puede considerarse una novedad, sobre todo por haber arrojado luz sobre la inventabilidad de un circuito de producción y circulación que permanece en la informalidad y cuya autonomía relativa agrega capital simbólico a la renovación de una tradición musical periférica que utiliza la tecnología como su principal herramienta. Téngase en cuenta que, aunque el fundador de esta escena fuese el verano de 2002, cuando los primeros *bits* comenzaron a ser solicitados por el público en las fiestas de los aparatos de sonido, sólo a partir de 2003, con la entrada en escena de la piratería, el Tecnobrega comenzó su expansión como fenómeno cultural popular paralelo, beneficiándose de las nuevas redes sociales y del comercio informal de discos.

Hay que considerar la existencia de un circuito horterero local anterior y los procesos de fertilización y renovación que causaron impacto en su longevidad; mecanismos de diferenciación por la coexistencia de distintas prácticas musicales, alianzas y formas de comunicación establecidos en ese circuito, y la relación de estas prácticas musicales con la cultura musical internacional; en otras palabras, la escena musical de la ciudad (Straw, 1991). Pero es el Tecnobrega en su versión 100% electrónica, quien introduce de manera efectiva nuevos elementos en la dinámica de la producción, circulación y valoración de esta matriz musical.

Gracias al aporte de la tecnología, muchas veces precaria, a la composición musical, los artistas reducen los costos de producción de los CD's, despejando el camino para que la mayoría de las bandas monte sus propios estudios, que se transforman en fábricas de discos caseros. Además, cuando renuncian al dinero recaudado tradicionalmente por la venta de discos - en este caso, donado a los distribuidores informales, que pasan el producto a los ‘vendedores callejeros-piratas’, a las radios

¹¹⁶ Formalmente el Tecnobrega está bajo lo mismo paraguas de los grupos de estilo de los bailes de los años 1960/1970, como Pholhas y The Fevers (ver los arreglos de guitarras y teclados de las bandas), y las dobles románticas como Jane y Erondir, Bruno y Marrone, Lucas y Mateus (con entonación aguda de voz y muchos diálogos mantenidos entre pares); "caracteres sentimentales pseudo-urbanizadas" (Tatit, 2007: 120). Más que simples asociaciones, se entiende que estas recurrencias sugieren una semiótica connotativa (Eco, 1998), lo que lleva a la interpretación (decodificación) de lo oído a partir de un significado previo.

¹¹⁷ La cantante fue entrevistada por esta investigadora el 9 de marzo de 2008 durante la primera investigación de campo en Belén para el desarrollo de una tesis doctoral titulada: "Tecnobrega: La Legitimidad de un Estilo Musical Estigmatizado en el Contexto del Nuevo Paradigma de la Crítica Musical" (Barros, 2011: pp 27), en 2008. En la actualidad, Gabi Amarantos, que cambió la ortografía de su nombre a *Gaby*, es una estrella mediática *mainstream*, conocida como la 'Beyoncé de Pará', y desarrolla su carrera en solitario.

y aparatos de sonido - estos actores ponen en marcha una industria musical informal, independiente de los estados de ánimo del mercado institucional. En esta cadena productiva¹¹⁸, hay una inversión operativo/conceptual en relación con la industria discográfica formal, ya que antes de grabar sus propios CD's, las bandas ya habían sido 'probadas' en las sesiones que los DJ's hacen llegar a las calles.

Con el palpar de la batería electrónica, efectos de sonido y *samplers* descargados de internet (los programas de uso más frecuente en un principio fueron *Soundforge* y Vegas) o pirateados de videojuegos como *Mortal Kombat* y *Street Fighter*, el Tecnobrega surge como una promesa de modernizar la tradición *brega* (kitsch) local, creando una nueva sonoridad de géneros regionales tales como el *flash brega* (kitsch) y el *bregacalipso*¹¹⁹, con la huella de la música electrónica global. Así, el Tecnobrega se consolida como una traducción recién actualizada de la música *pop* mundial sobre la cual actúa, al mismo tiempo, como una barrera para el movimiento del *pop* en sus formas originales y actores de propagación, basados en su apropiación y recreaciones. No por coincidencia, esta música es una expresión que traduce un pensamiento estético de las afueras de Belén, con su territorialidad, de manera que contiene los estilos de vida y las influencias culturales que de allí emanan, pero en sintonía con la producción musical global.

Se observa el Tecnobrega aquí en el contexto que el investigador Simone Pereira de Sá Pereira (2008) llama 'música popular brasileña electrónica', ya que su creación se basa en la apropiación tecnológica y la utilización del acervo de sonidos disponibles a través de Internet, inspirado en la informaciones sonoras transnacionales, incluso aunque la creación de ritmos y timbres, en este caso, esté fuertemente influenciada por factores locales. Entre las principales recurrencias de esta expresión de la matriz electrónica mundial figura la mezcla de música *disco* con batería electrónica (o *house*), reforzada por una cadencia acelerada denominada como '*perforadora*' (como un martilleo), explorando

¹¹⁸ El concepto de cadena productiva para la escena Tecnobrega de Pará se sustituye por el concepto de "red" en el análisis emprendido por los estudios del proyecto 'Open Business Models - Latin America' (investigación del Centro de Tecnología y Sociedad da FGV Direito Rio, Overmundo y la Fundación Instituto de Pesquisas Económicas Fipe-USP, realizada entre marzo de 2006 y julio de 2007) Cf. Open Business Latin America & Caribbean, s.d. Esto se debe a que, en el circuito de Pará, los agentes no actúan un único papel y las relaciones de intercambio no son exclusivamente monetarias. La Tecnobrega actuaría en base a relaciones más flexibles y dinámicas que las que implica la idea de la 'cadena' (Lemos y Castro, 2008). En este trabajo, sin embargo, la idea de la cadena productiva se pone en marcha sin poner en cuestión el concepto.

¹¹⁹ El *flash brega* (kitsch) es el género más cercano al *brega* (kitsch) romántico nacional de los años 1970/1980, danzante con influencias de los estilos *carimbó*, *merengue* y *zouk*; ya el *brega* (kitsch) calypso, también conocido como *pop* hortera, imprime una mayor aceleración y *swing* en la ejecución del bajo y la batería, con la introducción de instrumentos de percusión y guitarras. Las influencias musicales vienen de la Guiana Francesa, de Trinidad y Tobago y también de la joven guardia y el rock de Elvis Presley.

la máxima potencia de sonido ambiental en las fiestas y la activación de un circuito de producción/circulación independiente.

Según un estudio de la *Fundação Getúlio Vargas* (Fundación Getúlio Vargas - FGV), se producen alrededor de 3.200 aparatos de sonido/mes en Belén. Los festivales más populares tienden a reunir una audiencia de 10 a 15 mil personas por noche, aunque las preferencias de los asistentes a este circuito cambien de acuerdo con las innovaciones tecnológicas anunciadas por las producciones. A finales de 2010, por ejemplo, Rubi, Super Pop (Águia de Fogo), Tupinambás, Brasilândia y Príncipe Negro fueron algunos de los más prestigiosos aparatos de sonido de Belén, pero en el momento de la presentación de este trabajo, posiblemente hayan perdido su fuerza. Es un hecho, sin embargo, que los grandes aparatos de sonido, que tienen el mayor volumen de equipos, consiguen reciclarse con rapidez y disputarse a la audiencia con más autonomía.

Si la tecnología es el alimento de la escena musical, la piratería es su motor. A ella se debe que las bandas y DJ's mantengan una alta popularidad en todo el estado de Pará, aunque una gran parte de estos artistas jamás se hayan presentado en la multitud de recónditos locales de la región donde tienen fama. También gracias a ella el Tecnobrega gana espacio en los estados vecinos, "importando" incluso su modelo de fiesta - para dar una idea, los sistemas de sonido utilizados en Macapá siguen la misma lógica de Pará, aunque con menos tecnología; en Maranhão, los sistemas de sonido (llamados 'Radiola') tocan *reggae* y son producidos con tecnología de Pará (los soportes de los equipos son realizados por carpinteros de Belén). Sin embargo, la piratería sigue siendo un nicho de mercado paralelo, DVDs¹²⁰ cuya producción mantiene nuevos puestos de trabajo y garantiza un nuevo aliento a la escena. La piratería también aseguró la inclusión completa de esta música en los medios de comunicación de masas de la ciudad.

Las bandas grababan su CD en sus estudios, empaquetaban los disquitos y me los traían. Yo los ponía en mi programa, en una emisora de radio comunitaria, y se los llevaba a los sistemas de sonido, que los enviaban a la piratería. Así cayó Radio Payola¹²¹ en Belén. Esta emisora no ponía música *brega* (kitsch) ni pagando, pero hoy en día programan Tecnobrega a diario. Si usted escucha 30 minutos de programación de Radio Liberal, que es la radio de clase A en Belén, diez son Tecnobrega. Fue un trabajo de hormiguitas. Los medios de comunicación nos ignoraron pero nosotros hicimos una difusión muy rápida. No hubo como contenernos. Los piratas dan una fuerza que no se puede imaginar. Si un tío hace

¹²⁰ Los productores contratan camarógrafos principiantes para hacer el registro de los shows de las bandas, aplicar efectos visuales y entregar el material a sus "distribuidores" para que sean distribuidos directamente en las calles. Actualmente, la supervisión hace la "vista gorda" para los CDs, siendo más estricta con la venta de DVDs'.

¹²¹ Argot que representa la exposición en los medios nacionales a cambio de dinero u otra compensación.

una canción que les cae bien a esos chicos, su música llega a todo el Estado sin enviar para allá ni un CD. (información verbal)¹²²

Ronaldo Lemos y Oana Castro (2008) argumentan que el mercado Tecnobrega, aun estructurado en redes y atributos locales, es una importante referencia global para la producción de bienes culturales. Resaltan que la hipótesis del proyecto '*Open Business Latin America*'¹²³ es que la apropiación de la producción musical de tecnologías de bajo costo, junto con la flexibilidad de los derechos de propiedad intelectual, posibilita la formación de mercados culturales igual o más viables que los modelos habituales. "Estos mercados tienen un gran potencial integrador, garantizando un amplio acceso a la producción" (2008: 23). Téngase en cuenta que la música es el medio de vida de los artistas y productores de Tecnobrega, que son en su mayoría sus propios empresarios, suponiendo además una oportunidad de ingresos para sus familiares y amigos, que terminan por absorber el conocimiento técnico necesario para actuar en estos mercados musicales e integran a un importante *network* que los mantiene funcionando.

Sin embargo, es importante destacar que, si bien el carácter emancipador de la producción musical se materializa por el volumen de canciones que llegan al mercado cada semana, lo que garantiza el dinamismo interno de la escena, se vuelve frágil debido a la saturación del mercado y su relación con la industria de la música institucional. Además, a pesar de las facilidades de producción de los estudios de Tecnobrega, por lo general situados en alguna habitación de la casa del productor/DJ, el día a día de estos agentes es a menudo estresante en la medida en que las diversas demandas se deben cumplir casi simultáneamente. Paulo Murilo Guerreiro do Amaral (2009) explica que la necesidad de producir muchos *hits* en poco tiempo introduce presión en dos realidades cotidianas para estos profesionales: el anonimato de su trabajo y el pequeño número de canciones que conquistan eficazmente las listas de éxitos de los aparatos de sonido y los repertorios de las bandas de Tecnobrega.

Una Periferia Escaneada

No se puede pensar en la invención del Tecnobrega sin tener en cuenta el flujo de mercancías culturales globalizadas, la velocidad de la apropiación de los bienes y productos simbólicos, y los

¹²² Entrevista concedida por Dj Metralha. [08 Marzo, 2008]. Entrevistadora: Lydia Barros. Pará/Brasil.

¹²³ Cf. Nota no. 5.

procesos de hibridación y la circularidad que determinan los artefactos culturales contemporáneos. No por casualidad, pueden verse intersecciones entre las expresiones musicales como el Tecnobrega, el *rap* y el *funk*, todas ellas protagonizada por actores jóvenes de las periferias urbanas, seducidos por la cultura pop *mainstream*; hijos de una sociedad "caníbal" en un mundo desarrollado, creativos que no se avergüenzan de su festividad ni de sus problemas con la ley" (Pereira de Sá, 2008: 4). Para Guerreiro do Amaral, el Tecnobrega es una expresión de cosmopolitismo en términos de tiempo y espacio entrecruzados, que se refleja en los comportamientos, las prácticas culturales y el discurso sonoro:

El uso de recursos informáticos en la producción de Tecnobrega me lleva a creer que es una música muy bien relacionada con las tecnologías disponibles a nivel mundial (desde equipos de sonido hasta el software para la manipulación musical), y los productores y otros personajes de esta escena musical manifiestan claramente su deseo de mantenerlo constantemente actualizado, es decir, que refleje los lenguajes contemporáneos y universales presentes en la música global masiva. (Guerreiro do Amaral, 2009: 17)

Uno de los pioneros de la escena Tecnobrega que sigue activo en la actualidad, el DJ y productor Beto Metralha, dice que aprendió a operar los programas de ordenador por sí solo, porque era consciente de que esto sería su forma de conexión con el mundo. "En Belén, sólo se aprenden las cosas gracias a internet, no hay cursos de nada, tiene que hacerse por cuenta propia" (información verbal)¹²⁴. Este DJ/productor, que ha trabajado en la creación de *jingles* publicitarios, actividad que compatibiliza con la de DJ en los clubes de Belén, utiliza para producir un estudio improvisado en la casa en que vive, en el barrio de Jurunas¹²⁵, y un programa de batería electrónica con el que creó sus primeras versiones de tecnobrega, inspirándose en el *house* que venía programado.

¿Cómo fue eso? Hice un sampler del ritmo que creé, lo metí en la banda y fui recogiendo los solos de *house* que estaban de moda. Dije: vamos a tomar esta melodía *brega* (kitsch) e intentaremos acercarnos lo más posible a este otro solo, pero jugando con Tecnobrega. La gente lo flipó, porque ya había asimilado la

¹²⁴ Cf. nota no. 9 de este capítulo.

¹²⁵ En la actualidad, la música está menos presente en la vida de Beto Metralha, que tuvo que 'reinventarse' después que la mayoría de bandas Tecnobrega estableciera sus propios estudios y comenzara a componer sus propias canciones. Metralha hoy actúa más como productor de diferentes escenas, pero sigue conectado a Tecnobrega produciendo viñetas electrónicas, vídeos y programas de radio en su propio estudio. Tiene un estudio de imagen y sonido bien equipados, pero aun así vive en un 'anexo' erigido en la parte trasera de su casa en Jurunas.

música de otra manera. Como el *brega* (kitsch) no estaba de moda, la gente hablaba: vaya, este tío hizo un *brega* (kitsch) con aquella canción, y así fue. (información verbal)¹²⁶

Según Gabi Amarantos, el 'electro-ritmo', creado con teclado electrónico como base para otros instrumentos, representó un ahorro para las bandas del orden del 80% - "antes se gastaban, en promedio, de 3 a 4 mil en grabar una canción; era inviable" (información verbal).¹²⁷ El cantante señala que, a partir de ahí, los DJ's como Jurandir, Beto Metralha e Iran, entre otros, fueron creando sonoridad en el ordenador, '*sampleando*' ritmos electrónicos y creando diferentes ritmos, más tarde identificados genéricamente como Tecnobrega. Hay incluso muchas subdivisiones de Tecnobrega, aunque el oyente no conocedor puede no percibir los cambios que sufre el estilo. Eso es porque, como en una fiesta de aparato del sonido se tocan todos los estilos de Tecnobrega, lo que menos se escucha es la música en sí, ya que la atención se centra en los DJs que la ejecutan y que hablan, envían mensajes y saludos y promocionan la venta de CD's piratas mezclados para la ocasión. La estrategia es simple: si un asiduo escucha que su nombre es mencionado por el DJ, probablemente comprará algunos CDs para distribuir entre sus amigos, para presumir de que su nombre ha sido mencionado, lo que es un 'prestigio' en este sistema de sonido. Decenas de nombres salen de los altavoces; allí se venden cientos de CDs.

Para Ronaldo Lemos y Oana Castro (2008), varios factores contribuyeron a la conquista del espacio y el público por el Tecnobrega, entre ellos la mejora en la producción de CDs y DVDs, con realización de conciertos en importantes días festivos en los pueblos de Pará (que reunieron grandes audiencias), la creación de programas de radio por los artistas de la escena y la exposición en los medios electrónicos (Lemos y Castro, 2008). Pero, a diferencia de la posición adoptada por los autores, para quienes esta entrada de la música en los medios de comunicación de masas no determinó el éxito del Tecnobrega (la conquista de público masivo habría impuesto a estos medios su asimilación), entendemos que, aunque el fenómeno ya había conquistado a los oyentes en las regiones Norte y Nordeste del Brasil, el capital cultural (Bourdieu, 2006) de los intermediarios con gran atractivo mediático prestó un nuevo *status* a la música producida en Pará.¹²⁸

Después de todo, es importante no perder de vista que la eficacia de los nichos de producción cultural periférica, en paralelo a las industrias culturales centrales, a menudo es el resultado de

¹²⁶ Metralha, op. cit., nota no. 9

¹²⁷ Cf. Barros, 2011: p. 29

¹²⁸ Hacemos hincapié en que la cuestión de la construcción de los discursos legitimadores de la *Tecnobrega* no se detallará en el ámbito de aplicación de este capítulo, así como las relacionadas con las jerarquías de gustos, debido a las limitaciones de espacio y el enfoque temático propuesto aquí.

estrategias que contribuyen a viabilizar su inserción, material o simbólica, en la cultura institucional. Ya no existe, de hecho, necesidad de aprobación de la crítica o de las discográficas para que esta música llegue al mercado. Pero debe tenerse en cuenta, en el caso del Tecnobrega, que fueron los intermediarios como la actriz y productora Regina Casé y el antropólogo Hermano Vianna, los que contribuyeron a la legitimación de esta escena más allá de las regiones Norte y Nordeste del Brasil, desde el punto de vista del programa central Periferia.¹²⁹

Como heredero de una tradición musical que cristaliza distinciones culturales socialmente construidas y cuya expresión semántica (*brega*), de acuerdo con Samuel Araújo, “mantiene un aspecto ofensivo, sin importar los significados que pueda traer consigo” (1987 apud Guerreiro do Amaral, 2009: 21), el tecnobrega parece encontrar su lógica de producción en la explicación más obvia de su validación estética, lógica ésta más cercana a la producción independiente legitimada por los formadores de opinión, hoy ya incorporada por otras escenas musicales periféricas del país (como el propio *funk* y el *rap*).

Aquí se argumenta que, sobre la base de esta validación, se encuentra el interés por los nuevos nichos de mercado abiertos con la difusión de las nuevas tecnologías y la preocupación por el impacto de estos cambios en las industrias culturales formales. En términos más generales, se entiende que el actual debate público sobre la cultura periférica se centra en los modelos de negocio que permiten su producción y circulación; con mayor precisión y en el lenguaje cotidiano, las culturas digitalizadas. Hay que recordar, a este respecto, que la popularización del Tecnobrega produce un cambio respecto a la construcción de valor de la música *brega* (*keitsch*), históricamente asociada con ideologías de clase, y, en consecuencia, a lo que se considera vulgar y de mal gusto.

Por lo tanto, más allá de la adhesión de su público tradicional, el Tecnobrega conquista la simpatía de una élite cultural que reconoce la importancia de los nuevos modelos de negocio practicados por las periferias de todo el mundo, poniendo en jeque, al igual que otros fenómenos musicales como el *kuduro* en Angola, el *kwaito* en Sudáfrica y el *bubblin* en Surinam, la idea misma de inclusión,

¹²⁹ Se mostró en la TV Globo, desde abril hasta diciembre de 2006, en los primeros sábados de mes, el programa se ha ejecutado en Brasil para presentar las “singularidades culturales” de las periferias urbanas del país. Grabado en favelas, pueblos y aldeas, la producción pasó por las ciudades de Belém, Recife, Salvador, Sao Paulo, Río de Janeiro, Porto Alegre y Fortaleza, y ganó de la Asociación Paulista de Críticos de Arte (APCA), en 2007, el premio al mejor programa del año. Lo Central da Periferia, programa de la central de producción del Guel Arraes, uno de los directores más respetados de Globo, inauguró el canal de televisión más grande de Brasil, cuya “norma de calidad” sirve de referencia a las emisoras de la competencia, una estética “suburbana” que fue ganando terreno poco a poco para el primer tiempo de su programación. Es de destacar que la participación en el Central da Periferia sigue siendo citada por agentes de *Tecnobrega* como determinante para las bandas como *Tecnoshow* y para algunos personajes de la escena. No tardó mucho el *Tecnobrega* en introducirse en la agenda de los principales medios de comunicación en el país, obteniendo la cobertura de sus celebraciones, centradas en el surgimiento de nuevas culturas digitalizadas.

experiencias que encuentran su eco en uno de los argumentos más relevantes del antropólogo Hermano Vianna:

Cuando hablamos de inclusión, por lo general partimos del supuesto de que el centro (ya incluido) tiene lo que le falta a la periferia (que debe ser incluida). Es como si la periferia no tuviese cultura, tecnología o economía. Es como si la periferia fuese a tener algún día (o anhelase, o prefiriera tener) lo que el centro ya tiene (por lo que puede enseñar a la periferia como llegar hasta allí, por el bien de la propia periferia). Es como si las innovaciones tecnológicas o culturales vinieran exclusivamente a través del centro, o se hubieran creado en el centro y, poco a poco, se extendiesen - a través de mucho esfuerzo civilizatorio - hacia la periferia [...] Sin que el centro ni siquiera se diese cuenta, (la periferia) inventó culturas digitalizadas que también pueden dar muy buenos resultados indicando caminos para el futuro del centro, que no parece ser capaz de desarrollar por sí mismo ningún "plan de negocio" coherente para hacer frente a la nueva realidad tecnológica. (Vianna, 2006: 2)

La positivación de los procesos de apropiación tecnológica por sujetos socialmente excluidos comprende, además, el reconocimiento de la importancia de los procesos creativos como práctica diaria para la interacción y construcción de valor, teniendo en cuenta la textura social de las producciones culturales y el diálogo que las mismas establecen entre sí. La hipótesis de cambio del paradigma de la crítica musical brasileña, defendida en este trabajo, encuentra un lastre conceptual en lo que Dilip Gaonkar y Elizabeth Povinelli entienden como 'culturas de circulación' (2003), que evidencian la transformación de la creatividad en un bien económico que impacta de manera decisiva en las maneras de aprehensión de las formas culturales, ya sean periféricas o no.

Circulación Cultural: Los Nuevos Procesos Sociales

El debate en torno al tema de la creatividad en los procesos productivos, como recuerdan los canadienses Massumi y Manning (s.d), está movilizando esfuerzos multidisciplines en torno a una "ética de la invención", término que estos autores toman prestado de Félix Guattari (1995) para hablar de la capacidad del arte para producir alteridad, subjetividad y múltiples nociones de diferencia.¹³⁰ Para los autores, los procesos de producción se están convirtiendo en productos

¹³⁰ En 'Chaosmosis', Guattari (1995) desarrolla el concepto de paradigma '*Ethico-Aesthetic*' como objeto de la subjetividad capaz de penetrar en las estructuras formales de poder. Para el autor, el arte se ha despegado de sus

propios; los consumidores no consumen sólo objetos, sino plataformas activas para la productividad creativa. Estas plataformas, argumentan los autores, por lo general se amplían en matrices basadas en grupos de afinidad dentro de los cuales se desarrollan nuevas prácticas de expresión, en las que los sujetos se reconocen. La referencia a la 'invención', en la obra de Massumi y Manning, se refiere a la cuestión de la tecnología, en particular a los medios de comunicación digital, y a la materialidad de los bienes inmateriales. Para ellos, la noción contemporánea de concreto no es objetiva, sino interactiva, incluso si dicha interactividad es manipulable y por lo tanto tangible.

La idea de la tangibilidad de las formas culturales parece aún más estimulante en la antropología cultural de la circulación de Gaonkar y Povinelli (2003). En defensa de un programa de análisis cultural centrado en la materialidad de las formas culturales en la esfera pública, los autores hacen hincapié en la necesidad de una crítica que no sucumba a la tentación de buscar el significado de las formas, textos y eventos que se materializan en el espacio social, sino en situar los procesos de circulación y transfiguración en la que estos objetos se convierten en 'tangible' y reconocible. El reto para Gaonkar y Povinelli, es entender la materialidad de las formas que emergen de los movimientos globales de circulación y lo que hace a estas formas reconocibles en el contexto en el que operan.

Motivado por la premisa de que las formas culturales son vectores (móviles) del imaginario cultural y social, los autores utilizan los conceptos de circulación y transfiguración como sustitutivos de los conceptos de significado y traducción. Proponen un cambio radical en la aproximación al fenómeno cultural a partir de un cambio de enfoque: de la lectura de textos sociales, archivos y objetos, al estudio de los flujos culturales globales.¹³¹ Comprenden que las dinámicas nacionales y transnacionales de la vida pública no pueden ser realmente captadas sin la comprensión de los flujos y formas culturales de una manera integrada. Argumentan que la relación entre los flujos y las formas conduce inevitablemente a la dinámica de la circulación:

[...] or more precisely what Benjamin Lee and Edward LiPuma (2002) term cultures of circulation. There is a growing recognition of the importance of circulation as the enabling matrix

referencias axiológicas, en particular los axiomas de las sociedades capitalistas, a través de lo que él llama 'identidades colectivas transversales'. El concepto no será desarrollado en este trabajo, y aparece aquí sólo como una base teórica de las ideas de Massumi y Manning.

¹³¹ Es el propósito de un número especial de la revista 'Public Culture', publicación dedicada a la cartografía de la esfera pública en diferentes sitios nacionales-culturales bajo el régimen de la modernidad global, en el que Gaonkar y Povinelli, editores de periódicos, reconocen la importancia del estudio de la *semiosis* en las diversas formas de registros culturales realizadas al largo de 15 volúmenes del periódico, citando, incluso, el texto de Appadurai y Breckenridge (1988), lo que explica y justifica la existencia de la publicación. Sin embargo, los autores sostienen que estos enfoques fallan al no prestar suficiente atención a las formas dinámicas de la transfiguración a través de matrices circulatorias.

within which social forms, both textual and topical, emerge and are recognizable when they emerge. This is evident in the case of the three self-reflexive social forms/formations characteristic of modern social imaginaries in the West: the public sphere, the citizen state, and the market. [O más precisamente lo que Benjamin Lee y Edward Li Puma (2002) llaman las culturas de la circulación. Existe un creciente reconocimiento de la importancia de la circulación como una matriz en la que se originan y se reconocen las formas sociales tanto textuales como temáticas. Esto es evidente en el caso de las tres formas/formaciones sociales características del imaginario social occidental: la esfera pública, el estado ciudadano y el mercado]. (Taylor, 2002 apud Gaonkar & Povinelli, 2003: 389)

Gaonkar y Povinelli (2003) retornan al concepto de esfera pública de Habermas para señalar el momento fundacional de la crítica pública democrática en la modernidad, en base a las nuevas formas de subjetividad y sociabilidad. En autores como Habermas, Anderson y Urban, entre otros, la esfera pública constituye la compleja interrelación entre las instituciones, las formas de subjetividad textualizadas y los discursos sobre estas formas. La subjetividad y la sociabilidad dependen de la circulación de formas textuales semióticas y materiales (libros, periódicos, revistas, etc.) a partir de la cual los sujetos se imaginan y se reconocen en el cuerpo social. Del mismo modo, el estado y el mercado corroboran la constitución de la esfera pública, actuando en la construcción de una sociabilidad basada en la idea de *'stranger-sociability'*, la acción colectiva entre sujetos que no se conocen entre sí: la noción contemporánea de comunidades interpretativas e imaginarios sociales.

Los autores también señalan, además, que ya no es posible pensar en el circulación como un simple movimiento de personas, bienes, ideas e imágenes que se mueven de un lugar a otro. La circulación se convierte en un proceso social con sus propias formas de abstracción, evaluación y limitación, creadas "por las interacciones entre los tipos específicos de formas circulantes y las comunidades interpretativas construidas alrededor de ellas"¹³² (Lee & Li Puma 2002: 192). Entienden que las comunidades de interpretación fundan nuevos protocolos de reconocimiento debido a la creación de formas y prácticas culturales identificables, que demarcan sus límites en función de sus dinámicas internas.

In a given culture of circulation, it is more important to track the proliferating co presence of varied textual/cultural forms in all their mobility and mutability than to attempt a delineation of their fragile autonomy and specificity. [En una cultura de circulación dada, es más

¹³² Traducción libre de lo original: "by the interactions between specific types of circulating forms and the interpretative communities built around them".

importante seguir la proliferación y la coexistencia de diversas formas culturales/textuales, con toda su movilidad y mutabilidad, que intentar delimitar su frágil autonomía y especificidad]. (20002: 391-392)

El supuesto teórico de la circularidad sirve para observar la diversificación de estilos y la fragmentación de nichos mercadológicos abiertos en el campo de la música brasileña desde la década de 1980, cuando se comenzó a ocupar el espacio y surgieron nuevas experiencias musicales urbanas, como ejemplo de las distintas secciones del rock nacional y regional, como el *brega (kitsch)* romántico y el *sertanejo (folk)* del Nordeste de Brasil). Se trata de un proceso de diversificación mercadológica que ha ido aumentando de forma exponencial, sobre todo a partir de la década de 2000, con el acceso a nuevas tecnologías de producción y circulación musical, como lo demuestra el Tecnobrega. En este contexto de interacción entre mercancías musicales diversas, los nuevos discursos de legitimación, entre enfrentamientos ideológicos y estéticos, están generando nuevas matrices de reconocimiento público en el ámbito musical.

También hay que destacar que esta pluralidad de estilos evidencia procesos de apropiación de los patrones de la música *pop* mundial, periféricos - en el sentido popular - o no, que embrollan, aunque sea momentáneamente, la noción de 'lugar de origen' y cristalizan la coexistencia de mercancías musicales que, aunque formalmente distintas, utilizan códigos (referentes) comunes. Es curioso observar como los *hits* internacionales, los éxitos de Madonna o Beyoncé, por ejemplo, generan recreaciones fácilmente reconocibles en el Tecnobrega, pero con todos los signos de su localismo. Esta tensión también se materializa en los elementos visuales de esta escena musical, incluyendo los trajes, posturas y *performance* (desempeño) de los artistas.



Fig. 1: La cantante Gaby Amarantos (Foto cortesía de Junior Franch (Scarlae)/Assessoria de Prensa Gaby Amarantos).



Fig. 2: La cantante Joelma, de la Banda Calypso, fue hace 14 años el mayor caso de éxito del tecnobrega de Pará, inspirando a veteranos y principiantes (Foto cortesía de Assessoria de Prensa Banda Calypso).

Aunque la música *brega* (*kitsch*) ha desempeñado un papel destacado en el contexto de la expansión del mercado musical brasileño, aumentando los números de la industria discográfica durante la década de 1970 y produciendo un crecimiento vertical del mercado interno de bienes simbólicos, las distinciones auténtico/copia, o buen/mal gusto, siguió funcionando como lógica la segmentación creada por la propia industria de la música y alimentada por los llamados ‘líderes de opinión’. Es esclarecedora la contextualización que hacen Freire Filho y Herschmann (2007) sobre las dificultades y obstáculos que enfrentan las expresiones musicales brasileñas no canónicas, debido a la expansión de una cultura popular de origen, desarrollada de manera diferente a la de los modelos idealizados por la moderna vanguardia artística e intelectual. Los autores señalan que, en aquel momento, la crítica contraponía la pureza de la intención de los géneros ‘de raíz’ o a la expresión desinteresada o políticamente comprometida de los artistas "auténticos", al impulso mercenario de los sellos fonográficos, los creadores y sus ‘creaciones - injusticias’.

En este contexto, la diversificación de los nichos de mercado, a partir de 1980, puso en funcionamiento “un juego continuo de significados” (Freire Filho, 2006: 31) en la construcción del valor de la música popular producida en el país, incluso en función de los usos y motivaciones de los llamados grupos del *status*, como por ejemplo la música *sertaneja* (*folk*) de la década de 1980, y la cobertura electrónica propia de la siguiente década. Sin embargo, la hipótesis defendida en este trabajo es que, aunque el proceso de diferenciación social en el juicio de valor de la música popular

haya venido marcado históricamente por las luchas de poder¹³³, la aceleración de la circulación global de mercancías musicales ha introducido un nuevo paradigma de la valoración musical. De esta idea se hizo eco lo que la etnomusicóloga colombiana Ana María Ochoa Gautier (2006) describe como '*sonic turn*', fenómeno que, según la autora, acaba redefiniendo la idea de modernidad letrada en América Latina¹³⁴, haciendo que se desestabilice la esfera pública musical corriente.

Entre los factores que han motivado este 'giro', Gautier señala la proliferación de géneros musicales populares nuevos, producidos en estudios locales que operan desconectados de la industria institucional y establecen nuevas políticas de producción y circulación musical, como por ejemplo el Tecnobrega. Aquí, el autor habla de estilos musicales:

[...] *which historically have not been tied to place-based politics, serving as a crucial sonic agenda for the constitution of musical practices that often defy notions of musical belonging, heritage or resistance. Music that are neither 'youth music' nor 'folk', nor easily tied to either a social movement or a revolutionary aesthetic, but whose technological mediations, forms of construing identification and regional localizations defy, at least in their initial stages of consolidation, easy musical typologies or associations.* [...] [que históricamente no tiene vínculos con la política de base local, que actúa como una agenda crucial para la creación de prácticas musicales que a menudo desafían las nociones de pertenencia, el patrimonio o la resistencia musical. Canciones que no son ni 'jóvenes' ni 'folklóricas' ni se asocian fácilmente con los movimientos sociales o las estéticas revolucionarias, salvo por las mediaciones tecnológicas, maneras de constituir identificaciones y localizaciones regionales que desafían, al menos en su fase inicial de consolidación, las tipologías musicales o asociaciones fáciles [...]]. (2006: 805-806)

Aunque no hable específicamente de la materialidad de las formas culturales, al igual que Gaonkar y Povinelli, Ana María Ochoa Gautier enfatiza los procesos de circulación de mercancías musicales en el contexto de la globalización a partir de la intensificación y diversificación de dicha producción.¹³⁵

¹³³ Freire Filho establece una interesante relación entre el éxito comercial del estilo musical *brega* (*kitsch*) en la 'era Collor' (2003).

¹³⁴ En oposición a esta modernidad alfabetizada, el autor hace hincapié a la intensificación de la modernidad aural, que se asocia con un mayor circulación de la música tradicional (folklórica) y las nuevas formas de la música popular. Gautier (2006) afirma que los procesos de *entextualization* y *recontextualization* (prácticas de conocimiento musical basado en códigos múltiples de aprehensión) se llevan a cabo simultáneamente por la industria de la música y la literatura académica, basándose en la idea de localizar los sonidos globales y, al mismo tiempo, globalizar los sonidos locales.

¹³⁵ La autora trabaja con la idea de producción y consumo culturales con respecto a su relación de oposición/resistencia al orden social dominante, lo que no parece haber sido considerado en el análisis de Gaonkar y Povinelli. Entretanto, en este trabajo, los autores se sitúan en diálogo para ofrecer herramientas al

Cabe destacar una vez más que el uso de los recursos tecnológicos en la producción del Tecnobrega, sintoniza esta experiencia musical con circuitos musicales periféricos del mundo, reafirmando una circularidad que también se (retro)alimenta de la producción de discursos globales (y locales) de legitimación. Hay que recordar que la reciente noción de circularidad introducida en el análisis cultural y en la teoría de los medios de comunicación, enfoca la movilidad de las formas culturales que circulan en el espacio social, y que, aunque autores como Gaonkar, Povinelli, Benjamin Lee y Edward LiPuma no exploren específicamente la dimensión económica de esta circularidad, se entiende que las dinámicas del mercado desempeñan un papel importante en el proceso de transfiguración y reconocimiento de los bienes culturales.

Políticas de Reconocimiento

La vía de legitimación del Tecnobrega, en base al análisis de artículos, entrevistas, reseñas y demás publicados en periódicos, revistas, *sites* y *blogs* (nacionales e internacionales), en una primera lectura parece desestabilizar la idea de una construcción de valor basado en la distinción social de gustos. Los discursos producidos por periodistas, críticos, artistas e intelectuales en general, hacen hincapié en la ‘inventiva’, ‘vitalidad’ y ‘energía’ de esta expresión musical que, en la mayoría de los textos¹³⁶, se ve como una especie de respuesta a la crisis fonográfica global. En este caso, el sentido de *cult* nacional conquistado por el Tecnobrega puede contemplarse a la luz de lo que Massumi y Manning (s.d.) llaman producción de lo nuevo (*from good forms to new forms*), como se desprende de los párrafos que se reproducen a continuación:

El Tecnobrega también ofrece un modelo de negocio diferente que representa un desafío significativo importante a la escena musical tradicional. [...] Los críticos dicen que el Tecnobrega fomenta la tolerancia a la piratería, que cuesta a Brasil miles de puestos de trabajo y billones de dólares en impuestos, pero los defensores del Tecnobrega dicen que esta música ofrece a la industria un camino innovador. La lección número uno debe ser la innovación - si quieres sobrevivir en la industria de la música ahora tienes que innovar - dice Ronaldo Lemos, director de Creative Commons Brazil y profesor en la Escuela de Derecho de la FGV [...] Este es un punto muy importante que la industria de la música tiene que aprender, porque, si nos fijamos en los últimos diez años, vamos a ver que no se

análisis da la circulación de formas culturales y de maneras para las cuales las expresiones culturales estigmatizadas pasan por procesos de asimilación/negación.

¹³⁶ El material aquí brevemente condensado tiene como base una investigación electrónica de los textos publicados sobre o tecnobrega, a partir de 2002, en diarios y revistas de gran circulación en Brasil, así como en *sites* y *blogs*, nacionales e internacionales.

ha producido demasiada innovación en la industria de la música¹³⁷. (Duffy, 2009: s.p.)

Así como la bossa nova, que además de un estilo musical se convirtió en el estado de ánimo de una época, el Tecnobrega de Belém do Pará, más que un género musical, creó un nuevo modelo de negocios en la era digital [...] El estadounidense Chris Anderson, editor de la revista *Wired* y autor del best-seller planetario 'The Long Tail', máxima referencia en el presente de los medios digitales y modelos de negocio en internet, visitó Belén el año pasado, se sumergió en la novedad y, en su nuevo libro, dedicó un capítulo entero a la revolución del Tecnobrega - como modelo de negocio del siglo XXI [...] El Tecnobrega innovó instituyendo la piratería de sí mismo como medio barato para popularizar artistas y ganar dinero con presentaciones en vivo [...], convirtiéndose en 'caso de estudio' internacional y modelo exitoso. (Mota, 2008)

Aunque centrados en la observación de un fenómeno local, estos textos corroboran discusiones en torno a las transformaciones en curso en las industrias culturales globales, con énfasis en el surgimiento de formas musicales generadoras de nuevos significados e identidades culturales, 'nuevas culturas'. O, en términos de Urban (2001), de una 'metacultura' constituída a partir de la elaboración discursiva de las formas culturales en circulación. Gaonkar y Povinelli (2003) hacen hincapié en que no existe un modelo fijo para la interpretación de las formas culturales que se mueven y se transfiguran en la esfera pública, pero recuerdan que son reconocibles como tales, no sólo porque representan las contingencias o la naturaleza material de su signo, sino porque "*They are bound by the analytic mode by which they are tracked*" ["están vinculadas mediante la modalidad analítica por la que discurren"] (388). Desde esta perspectiva, se entiende que la producción de conocimiento musical – teniendo en cuenta también la que circula en los medios de comunicación – destaca en la conformación de la matriz a partir de la cual emergen y toman forma modalidades sociales, textuales y temáticas relacionadas con la música.

Lo que está en cuestión para Gaonkar y Povinelli, más que los vectores de significado y valor, son las relaciones de poder que están detrás de las políticas de la transfiguración que producen el

¹³⁷ Traducción libre del original: "*Tecnobrega also offers a different kind of business model that offers a significant challenge to the traditional music scene. The music starts in dozens of little makeshift studios - often just a converted bedroom where, with the help of one computer and a software program, tecnobrega performers are producing the music they hope will make their names [...] Critics say tecnobrega encourages tolerance for piracy that costs Brazil jobs and billions of dollars in tax revenue but supporters say it offers the industry a new way forward. 'The number one lesson would be innovation - if you want to survive in the music industry right now you have to innovate', says Mr Ronaldo Lemos, head of Creative Commons Brazil and professor at FGV Law School [...] That is a very important point the music industry has to learn because if you take a look at the last 10 years there has not been a lot of innovation going on in the music industry*".

reconocimiento de las formas culturales como tales. Del mismo modo, la noción de circularidad en este documento no rebasa el límite de la observación del juego ideológico del capital en la construcción del valor de las mercancías culturales – esa es la fortaleza de la economía del Tecnobrega y, después de todo, lo que le da prestigio y reconocimiento - pero las dinámicas de las culturas de circulación, en la perspectiva explorada aquí, apuntan a un proceso de democratización, o al menos de desestabilización de las jerarquías culturales, mediante su generalización, tras haber estado históricamente al margen del discurso cultural hegemónico, en la medida en que estén disponibles junto a otras mercancías musicales surgidas de otros contextos.

Este punto de partida presupone que la circulación de formas culturales y los discursos producidos en torno a esas formas - las formulaciones y/o conocimiento generador de sentidos - constituyen su materialidad. Materialidad, en este caso, se refiere a lo que se percibe, a lo que es reconocible por los sujetos en el entorno social, y que, según Gaonkar y Povinelli (2003), es una 'etnografía de las formas', entendida en base a los usos que los sujetos hagan de las mismas. Aquí, nos apropiamos de la noción de transfiguración mencionada por Gaonkar y Povinelli (2003) al estudiar los discursos de legitimación producidos en torno al Tecnobrega como resultado del cambio en los sistemas de reconocimiento, de que la lógica de funcionamiento de esta producción musical tiene prioridad sobre su significado como estética musical.

Gaonkar y Povinelli (2003) proponen un análisis cultural que parte del supuesto de que las matrices generadoras están en el espacio social, poniendo en diálogo (y/o en confrontación) el reconocimiento público de estas formas culturales. Hacen hincapié en que estas culturas de circulación requieren transfiguraciones en la materialidad, la inteligibilidad y el reconocimiento de textos, actos y prácticas; y que estas transfiguraciones garantizan a estas formas culturales sus protocolos de movimiento seguro (o no) en el espacio social. Los autores se preguntan sobre las matrices generadoras de la validación o rechazo de cierto formato cultural y proponen un cambio en las políticas de reconocimiento de las formas culturales en circulación. Esto parece arrojar cierta luz sobre la validación de los discursos de las culturas periféricas 'digitales'.

El cambio en el sistema de reconocimiento del Tecnobrega, después de todo, se produce en un momento de reestructuración de las industrias culturales globales, en el contexto de la comoditización¹³⁸ de la economía, donde la innovación y el ingenio se convierten en palabras clave de

¹³⁸ El proceso de comoditización, expresión derivada de la idea de commodities (bienes extraídos de la naturaleza, que no sufren grandes modificaciones industriales y terminan conformando mercancías de bajo valor de mercado), se refiere a la pérdida de valor que pueden sufrir los productos o servicios en función de la competencia del mercado. Herschmann (2007) argumenta que internet es actualmente la principal fuerza de la

la dinámica de las nuevas relaciones de producción y circulación de bienes culturales. La materialidad de las formas culturales en circulación - el conjunto semiótico de matrices generadoras del que hablan Gaonkar y Povinelli - parece oponerse, a primera vista, a la dimensión inmaterial de las mercancías que, en esa etapa de transición del capitalismo, garantizan el valor de mercado, por ejemplo, las emociones y sensaciones de la música en sus ejecuciones musicales en directo (Herschmann, 2007). Pero, en realidad, se trata de procesos simultáneos de 'transfiguración' de las operaciones en el contexto de lo que muchos autores llaman la "nueva economía". Esta retórica tuvo eco en el discurso mediático:

Con la salida hoy al aire del sitio Overmundo (www.overmundo.com.br), proyecto liderado por el antropólogo Hermano Vianna, el abogado Ronaldo Lemos dará un paso más en su batalla por cambiar la economía de la cultura en Brasil y en todo el mundo. "Estamos al borde de una gran transformación, una explosión. Y la hora es ahora. Existe una ventana de oportunidad que se cerrará a cualquier momento", se excita y angustia Lemos. (Vianna, 2006 S. P.)

El vicepresidente artístico y de *marketing* de Sony Music, Alexandre Schiavo, señala el colapso del sistema industrial discográfico, que se refleja en las tasas de desempleo que aquejan a ejecutivos, empleados y artistas. [...] En el extremo opuesto al de la industria, emergen artistas que se lanzaron ignorando los antiguos patrones de representaciones y contratos millonarios de las últimas décadas. (Informe Local, 2003, s.p.)

La crisis de las industrias culturales en general, y de las discográficas en particular, ha empeorado desde la década de 1990, con la aparición de las denominadas nuevas tecnologías y su expansión y consolidación en el siglo XXI (Lemos y Castro, 2008). Destaca la transformación sufrida por las relaciones entre productores y consumidores, público y artistas, de fuerte impacto en el mercado global. En el ámbito musical, es importante destacar el proceso de fusión y concentración del mercado, con la drástica reducción del *casting* de los sellos discográficos, sobre todo en los nombres identificados con lo local o regional, esto ha profundizado los "cuellos de botella" en la producción, reduciendo la diversidad de los productos distribuidos y comenzándose a invertir cada vez más, pero en menos artistas "(Lemos y Castro, 2008: 19). Para que nos hagamos una idea, las ventas de CDs cayeron de 94 millones de unidades en 2000 a 52,9 millones en 2005 (de acuerdo con la Asociación Brasileña de Productores de Discos - ABPD). Esto, en cierta medida, ha contribuido a la formación

comoditización del planeta, ya que permite a los consumidores comparar precios y tipos de productos, lo que aumenta aún más la competencia entre las empresas.

de redes independientes de producción y circulación de mercancías culturales basadas en las tecnologías digitales.

En la nueva lógica de la producción musical, la trayectoria de la legitimación del Tecnobrega en la esfera pública no es un fenómeno aislado. El localismo de esta música se articula con experiencias musicales urbanas periféricas en todo el mundo, cuyas prácticas creativas se originan en una exclusión sociocultural cotidiana y en la apropiación de las herramientas tecnológicas. En este escenario, basado en el lastre teórico explorado en este artículo, es posible decir que el Tecnobrega circula, al mismo tiempo, como un género musical que actualiza una típica tradición del norte de Brasil, impulsado por sus propias peculiaridades, y como género musical que está en completa sintonía con las nuevas dinámicas de producción musical que se practican a escala mundial, lo que repercute en la creación de valor y significado de la escena musical en el contexto periférico y global. Como nos recuerda Will Straw, la materialidad de las formas culturales en circulación accionan mecanismos operativos que conducen a nuevas perspectivas de abordaje de estos objetos:

The best argument against Bourdieu, arguably, is not that people are doing things with images other than those his agonistics presumes, but that images are doing things 'on their on', through the complex ways in which their social circulation binds them to places, objects and clusters of sense. [El mejor argumento en contra de Bourdieu sin duda no es que la gente esté haciendo las cosas con imágenes distintas a las de su presumible agonía, sino que las imágenes están haciendo cosas por sí mismas a través de caminos complejos mediante los cuales su circulación social se vincula a los lugares, objetos y conjuntos sensoriales]. (2009: 7)

Este es un cambio de paradigma que puede explicar la receptividad hacia la producción de nuevas experiencias musicales periféricas, que reafirman el distanciamiento de las prácticas de aprehensión centradas en la modernidad tardía, a las que desafía Gautier (2006). Para la autora, a nivel epistemológico, el análisis musical está pasando por múltiples procesos de textualización y re-contextualización, descriptibles como '*transculturation*', es decir, una amplia reestructuración de las nociones prácticas, modos de significación y circulación de la música que se produce en el mundo: la rearticulación de la relación entre lo local, nacional y global, basada en la intensificación de la esfera transnacional.

Siguiendo la proposición metodológica de Dillip Gaonkar y Elizabeth Povinelli (2003) sobre la base de los procesos de '*transfiguración*' y la noción de una epistemología de la '*transculturation*' defendida por Ana María Ochoa Galtieur (2006), se argumenta aquí que la construcción de los discursos de

legitimidad en torno a la cadena productiva del Tecnobrega puede ser percibida como reflejo de las políticas globales de circulación de mercancías musicales en el contexto de la reestructuración de la economía, basada en la mediación tecnológica y en el elogio de la inventiva. Si bien no interviene directamente en la constitución de un conocimiento musical basado en la (re)producción de diferenciaciones sociales, el enfoque de este análisis parece moverse, tal vez sólo momentáneamente, hacia una dinámica de circulación de las formas culturales cuya validación depende de su propia materialidad.

Consideraciones Finales

El análisis de la escena del Tecnobrega de Pará es un testimonio de la existencia de una nueva esfera pública musical (Gautier, 2006), relacionada tanto con el aumento de la circulación del acervo musical producido a nivel mundial, como con la accesibilidad de las herramientas tecnológicas que permiten la autonomía de la creación y distribución. Los discursos mediáticos de legitimación de la música producida en las periferias de Belén están en línea con el reconocimiento del poder de la comunicación de las culturas periféricas digitalizadas y del fenómeno económico que protagonizan, mostrando el lugar de la informalidad en las ‘nuevas’ industrias culturales globales. El análisis del Tecnobrega es especialmente relevante en este contexto, teniendo en cuenta que éste es un estilo musical que, a pesar de haberse gestado sin la aprobación de los sellos discográficos o de los conglomerados mediáticos, está lejos del *underground* cultural a menudo positivado en sus representaciones. El Tecnobrega, después de todo, sigue siendo un género socialmente estigmatizado.

La perspectiva defendida en este texto es que la percepción de una ‘nueva escena musical pública’ no es equivalente a la afirmación de la dilución completa de las distinciones evaluativas históricamente constituidas, sino una apertura en los modos de aprehensión de la música popular en circulación. Lo que parece relevante en el caso de la re-configuración del paradigma crítico es su relación con las ‘culturas de la circulación’ que, a partir de la interrelación de los objetos culturales en el espacio social - de diálogo o de confrontación -, se crean matrices de reconocimiento público, basadas en los contextos globales en los que se insertan estos objetos, a partir del cual los sujetos los validan o rechazan. Son criterios de evaluación abiertos y en permanente proceso de 'transfiguración', según Gaonkar y Povinelli (2003), y/o ‘re-contextualización’ (Gautier, 2006).

Ganan fuerza las construcciones discursivas que relacionan ‘inventiva’ con tecnología, los procesos creativos y la interacción, la creatividad y la autonomía económica. Por lo tanto, la afirmación de un cambio en el reconocimiento de patrones en la música *brega* (*kitsch*) –

específicamente en el Tecnobrega -, debe ser entendida en el contexto de la reestructuración de las industrias culturales globales, la comoditización de la economía de la cultura (Herschmann, 2007) y la emergencia de nuevas relaciones de producción y circulación de los bienes culturales.

Referencias Bibliográficas

- Barros, L. G. (2011). *Tecnobrega: A legitimação de um estilo musical estigmatizado no contexto do novo paradigma da crítica musical*. 226p. Tesis (Doctorado en Comunicación) Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco.
- Bourdieu, P. (2006). *A distinção – crítica social do julgamento*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- douglascardoso100. (2011). Festival tecno melody Brasil – aparelhagem ‘Super Pop’, leva o povo ao delírio. [Online], 7 Febrero, disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=XcwMNBaNtNw>.
- [Acceso 19 Agosto 2013].
- Duffy, G. (2009). Tecnobrega Beat Rocks Brazil. *BBC News, Click*. [Online], 13 Febrero, disponible en: http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/7872316.stm [Acceso 20 Abril 2013]
- Eco, U. (1998). A estrutura do mau gosto. En: *Apocalípticos e integrados*. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, pp. 69 - 128.
- Freire Filho, J. (2006). Moda, estilo de vida e distinção social: quando o brega vira fashion. En: Villaça, N. & Castilho, K. (Orgs.). *Plugados na Moda*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi.
- Freire, Filho, J. & Herschmann, M. (2007), (Orgs.). *Novos rumos da cultura da mídia, indústria, produtos, audiência*. Rio de Janeiro: Mauad Editora.
- Gaonkar, D.P. & Povinelli, E. A. (2003). *Technologies of Public Forms: Circulation, Transfiguration, Recognition*. *Public Culture*, vol. 15, no. 3, pp: 385 – 397.
- Gautier, A. M. O. (2006). Sonic Transculturation, Epistemologies of Purification and the Aural Public Sphere in Latin America. *Social Identities*, vol. 12, no. 6 Noviembre, pp: 803 – 825.
- Guattari, F. (1995). *Caosmose: um novo paradigma estético*. São Paulo: Ed. 34.
- Guerreiro do Amaral, P. M. (2009). *Estigma e cosmopolitismo na constituição de uma música popular urbana de periferia: Etnografia da produção do tecnobrega em Belém do Pará*. 242p. Tesis (Doctorado en Musicología/Etnomusicología), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.
- Herschmann, M. (2007). Alguns apontamentos sobre a reestruturação da indústria da música. En: Freire Filho, J. & Herschmann, M. (Orgs.). *Novos Rumos da Cultura da Mídia*. Rio de Janeiro: Mauad Editora, pp. 161 - 168.
- Lemos, R. & Castro, O. (2008). *Tecnobrega. O Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora e Consultoria.
- Lee, B. & Li Puma, E. (2002). Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity. *Public Culture*, vol. 14, no. 1, pp. 191 –213.

Manning, E.& Massumi, B (s.d). *Technologies of Lived Abstraction*. [Online], disponible: http://erinmovement.com/erin_manning.html [Acceso 20 Abril 2013]

Mota, N. (2008). *The tecnobrega revolution*. [Online], 21 Noviembre, disponible en: <http://oglobo.globo.com/pais/moreno/posts/2008/11/21/the-tecnobrega-revolution-141751.asp> [Acceso 13 Julio 2013]

Pereira de Sá, S. (2008). *Música eletrônica e tecnologia: reconfigurando a discotecagem*. [Online], disponible en: <http://textoslabcult.files.wordpress.com/2007/10/sa-simone-pereira-musica-eletronica-e-tecnologia-reconfigurando-a-discotecagem.PDF> [Acceso 15 Agosto 2010].

Open Business Models - Latin America & Caribbean. (s.d). *Página inicial*. [Online], disponible en: <http://openbusinesslatinamerica.org/sobre/> [Acceso 4 Marzo 2012].

Capítulo 10

Los *blogs* como medios de comunicación política

Joaquim Paulo Serra

Introducción

La conocida afirmación de A. J. Liebling (1960) de que ‘La libertad de prensa sólo está garantizada para los que poseen una’¹³⁹ se ha utilizado en ocasiones para justificar un supuesto ‘periodismo del ciudadano’ (Gillmor, 2004). Puesto que en la actualidad parece que está superada esta discusión, es innegable que la *Web 2.0*, y en particular los blogs han proporcionado a los ciudadanos posibilidades de publicación, y han cuestionado el tradicional monopolio de los *media* dedicados a las noticias y de los periodistas profesionales para producir y distribuir información relevante y creíble, especialmente en el ámbito político.

Cuestionar no significa, obviamente, sustituir. De hecho, la afirmación de los *blogs* se ha ido haciendo gradualmente no mediante una sustitución de los *media* tradicionales dedicados a las noticias, sino por su afirmación como medios tendentes a la complementación, profundización y, muchas veces, rectificación de la información de esos mismos *media*, y así, de enriquecimiento de la información públicamente disponible.

A pesar de las posibles polémicas sobre la cuestión, se considera generalmente que el primer *blog* portugués habría sido ‘Macacos sem Galho’ cuya creación se remonta al 30 de marzo de 1999, por lo tanto, aproximadamente dos años después de que John Barge hubiera acuñado el término *weblog*, ‘diario de la red’.

No obstante, la gran explosión de la blogosfera en Portugal no se produciría hasta 2003, habiendo contribuido decisivamente a ello factores como la atención que los *media* tradicionales comenzaron a dedicar al fenómeno, o la adhesión de personajes mediáticos como Pacheco Pereira, que creó el *blog* ‘Abrupto’ (Canavilhas, 2005: 86-7). Ésta es una época dominada por los *blogs* políticos, claramente marcada por la oposición izquierda-derecha, simbolizada en blogs como ‘Coluna Infame’ - de

¹³⁹ Traducción libre del original de: “Freedom of press is guaranteed only to those who own one”.

derechas, creado el 15 de octubre de 2002 por João Pereira Coutinho, Pedro Lomba y Pedro Mexia -, y el 'Blogue de Esquerda' - de izquierdas, creado el 1 de enero de 2003 por José Mário Silva y Manuel Deniz Silva (Canavilhas, 2005: 87-88).

A partir de 2003, y de forma gradual, se constata no sólo la afirmación, sino incluso una cierta institucionalización de los *blogs*, que se traduce en un aumento de su influencia en la esfera mediática.

Ejemplos significativos son la inclusión de *blogs* creados de la nada o ya existentes, en los sitios de periódicos nacionales de referencia como el semanario Expresso y el diario Público. O la contratación de ex-blogueros como columnistas de los *media mainstream*, como por ejemplo Ricardo Araújo Pereira (Visão), Henrique Raposo y Daniel Oliveira (Expresso), João Pereira Coutinho (Correio da Manhã) y Rui Tavares (Público) (Pena & Luís, 2009). Incluso el hecho de que el 14 de septiembre de 2009, y por iniciativa de los periodistas Filipe Caetano y Nuno Ramos de Almeida, TVI24 online (tvi24.pt) creara el programa Combate de *Blogs*, poniendo frente a frente *blogueros* de derecha e izquierda a debatir en las legislativas de 2009. Posteriormente, en abril de 2010, el programa pasó a TVI24. Con una frecuencia semanal y una duración aproximada de 30 minutos, el programa fue emitido primero los domingos, después los martes, y finalmente los sábados por la noche, teniendo su última emisión el 4 de agosto de 2012 (O fim, 2012; Silva, 2012: 2-3).

Aunque la comunicación y los medios que la permiten obedece a dictados de la moda y especialmente al doble requisito de la imitación e igualización social, por un lado y de la diferenciación individual y del cambio por el otro (Simmel, 1904) -, los *blogs*, a pesar de ser desafiados en algunas de sus funciones por 'modas' como *Twitter* o *Facebook*, han mantenido su importancia.

Tal como demuestra la propia historia de los *blogs*, una de las áreas en las que esa importancia ha sido más sensible es la de la política, entendida aquí no sólo en su sentido estricto, de actividad político-partidaria o gubernativa, sino en el sentido global de actividad centrada en las cuestiones de la *polis*, de la cosa pública. Es precisamente el papel de los *blogs* en el contexto de lo que a continuación denominaremos 'parlamento mediático' - o sistema político-mediático - el que se propone analizar este texto.

El texto se compone de cuatro secciones principales. En la primera, titulada 'La política y el parlamento mediático' procuraremos describir la naturaleza de la política en las sociedades mediatizadas que son las nuestras a partir de la metáfora del 'parlamento mediático' - un parlamento cuya existencia se da en los *media* y por los *media*, a cuyas reglas y filtros se deben someter los agentes políticos. En la segunda sección, que lleva por título 'La cuestión de la influencia de los *blogs* políticos', discutimos el grado y la forma de influencia de los *blogs* políticos en el 'parlamento

mediático', tal como se describe en la sección anterior. En la tercera sección, 'Los *blogs* y los *media mainstream*', discutimos la relación existente entre los *blogs* y los *media* periodísticos convencionales a partir de dos cuestiones relacionadas: el establecimiento periodístico de temas de discusión y la utilización de mecanismos de *gatekeeping*. En la cuarta y última sección, con el título 'Los viejos problemas de la esfera pública', analizamos la blogosfera a partir del concepto habermasiano de la 'esfera pública', incluyendo la cuestión de su eventual 'refeudalización'. El texto termina con unas 'consideraciones finales' que cristalizan un conjunto de conclusiones que repasan las cuatro secciones citadas.

Aunque centrado en el caso portugués, y teniendo en cuenta el carácter global que los fenómenos políticos y mediáticos asumen en la actualidad, creemos que muchas de esas conclusiones son fácilmente transponibles a otros países y latitudes.

La política y el 'parlamento mediático'

Si es verdad que la relación entre la política y los *media* existe como problema prácticamente desde que existen los *media*, no es menos cierto que la naturaleza de ese problema ha cambiado a lo largo de los tiempos.

Tradicionalmente, los políticos encaran los *media* como meros medios de transmisión de sus mensajes a los ciudadanos/electores y los periodistas como mensajeros de sus mensajes, convirtiéndose la relación entre ambas partes en problemática únicamente cuando los mensajes no llegan, o no llegan de la forma deseada a los ciudadanos/electores.

Actualmente, los *media* no se reducen a meros medios ni los periodistas a mensajeros. Unos y otros se han transformado en agentes políticos de primer plano. No en el sentido en que realizan la defensa de una ideología o de una corriente política - que también pueden hacer, pero es excepcional - sino en el sentido en que los *media* y, en particular, la televisión, se han convertido en el auténtico parlamento de nuestro tiempo, como demuestra también el hecho de que cada parlamento quiere tener su televisión (en el caso portugués, la ARTV). En efecto, es en los medios de comunicación, y ya no en el Parlamento, donde las discusiones políticas no sólo se inician, sino también se vuelven decisivas, en el doble sentido de ganar importancia y de conducir a una decisión. Por regla general, al tradicional Parlamento le corresponde, en un momento posterior, ratificar las decisiones adoptadas en el 'parlamento mediático'.

De modo que no tiene sentido – y más tarde o más temprano se revelará completamente contraproducente - que cualquier gobierno considere los *media* como la oposición, especialmente cuando la oposición propiamente dicha tiene una expresión reducida. En efecto, los *media* tienden a tratar a todos los políticos, ya estén en el gobierno o en la oposición, de forma idéntica. ¿Y qué forma es esa? Dado el valor supremo de la objetividad, que guía el modo en que intentan dar sus noticias - y que les impide adoptar posiciones ideológicas y políticas, a favor o en contra de los políticos y las políticas -, los *media* tienden a centrarse en los hechos, es decir en los protagonistas de la política y en sus acciones, procurando evidenciar la distancia entre lo que se dice y lo que se hace, lo que se aparenta ser y lo que se es, en suma, las cuestiones éticas, de carácter o credibilidad. Esta posición de los *media* gana aún más fuerza cuando en la actualidad las ideologías y las políticas tienden a ser evaluadas por sus efectos más o menos pragmáticos e inmediatos, y eso tanto por los que diagnostican el fin de la ideología como por aquellos que por el contrario pronostican el regreso de la misma.

Resulta fácil concluir que el ‘parlamento mediático’ del que hablamos aquí tiene más relación con la descripción luhmanniana que con la descripción habermasiana de los ‘*media*’ y de la ‘opinión pública’ (Luhmann, 1993; Habermas, 1989). De hecho, lejos de permitir que cada ciudadano entre en la discusión política, de forma racional e igualitaria, a efectos de conseguir un resultado común – la dicha ‘opinión pública’ - lo que ocurre es que los ciudadanos asisten, a distancia - teleasisten -, a la discusión que se va haciendo entre los diversos intervinientes políticos y al comentario que los periodistas realizan de las posturas de dichos intervinientes.

Al contrario del Parlamento - que los políticos que lideran en el poder o en la oposición pueden controlar de forma más o menos completa y eficaz -, el ‘parlamento mediático’ no es susceptible de ese control. La razón está en que el mismo es un espacio que obedece a sus propias reglas y filtros, y donde coinciden diversos poderes y micropoderes, que se alían, se cruzan y combaten entre sí: de los dueños y/o accionistas, de los directores y editores, de los periodistas con su deontología y sus rutinas propias, de los partidos políticos y de los políticos individualmente considerados, de los movimientos ciudadanos, etc.

Así pues, el ‘parlamento mediático’ está compuesto por el conjunto de órganos de comunicación social que ejercen la mediación entre los políticos y los ciudadanos, pero donde no gobiernan ni los primeros ni los segundos. Si es verdad que también el Parlamento ejerce esa función de mediación, lo hace únicamente de forma periódica y limitada en el tiempo, especialmente en el momento de los actos electorales apropiados; ya el ‘parlamento mediático’ ejerce esa mediación a diario y, con los nuevos medios electrónicos, cada vez más a todas horas e incluso a cada minuto.

Al surgir los *blogs*, especialmente los más centrados en la actualidad política, reivindican esencialmente una función de intervención - de observación y crítica - en este 'parlamento mediático', realizada en nombre del interés público, aunque es difícil, sino imposible, delimitar tal concepto.¹⁴⁰

A los *blogs* que se atribuyen tal función se les suele denominar precisamente '*blogs* políticos'. Por consiguiente, en este contexto, 'políticos' no son propiamente los *blogs* mantenidos por partidos o miembros de partidos en el desempeño de ciertas funciones partidarias o estatales (diputados, por ejemplo) – ya que como demuestran varios estudios¹⁴¹, estos *blogs* acaban teniendo poco significado cualitativo y cuantitativo en la blogosfera nacional -, sino que más bien los *blogs* de los ciudadanos que se pronuncian sobre cuestiones públicas de interés general y que, además:

[...] son mantenidos por ciudadanos comunes o, al menos por ciudadanos que, incluso siendo electos o en el ejercicio de funciones institucionales, no mantienen ese espacio en representación de posiciones partidarias o espacios políticos. (Morais, 2013:13)

Pero más concretamente ¿cuál es la influencia de los *blogs* políticos? ¿Y cómo se ejerce esta influencia? Ésta es la cuestión que trataremos a continuación.

La cuestión de la influencia de los *blogs* políticos

No cabe duda de que la afirmación de Drezner y Farrell (2008a: 1) de que “Existen buenas razones para creer que los blogs están cambiando la política, pero no sabemos exactamente cómo”¹⁴² sigue siendo, en gran medida, verdadera.

Comencemos por la cantidad. Los *blogs* sobre política representaban en 2006 sólo el 4,3% de la blogosfera portuguesa, un porcentaje desproporcionado en relación con la gran visibilidad y publicidad que se les otorga en los *media* tradicionales (Cardoso; Espanha & Cheta, 2008).

¹⁴⁰ Lo que decimos en este texto sobre los *blogs* se aplica también, en mayor o menor grado, a las redes sociales como Twitter o Facebook.

¹⁴¹ Cf. Serra, 2012.

¹⁴² Traducción libre del original: “*There is good reason to believe that blogs are changing politics, but we don't know exactly how.*”

Asimismo, en términos de lectura, los *blogs* sobre actualidad política están lejos de ser los más leídos. Así, de los 1.797 blogs que componían el Blogómetro el 20 de julio de 2013,¹⁴³ la lista media diaria de visitas era la siguiente:

Tabla 1 Lista por media diaria de visitas (20 de julio de 2013)

Po s.	Nombre	Media de visitas
1	Visão de Mercado	49445
2	A pipoca mais doce	33184
3	Blog DeAr Lindo	25479
4	Cocó na Fralda	14122
5	mini-saia	14085
6	Wrestling.PT	12940
7	O Arrumadinho	9863
8	Professores Lusos	9810
9	As Minhas Receitas	9576
10	Vídeos divertidos	9017
11	O Cacifo do Paulinho	8681
12	A Educação do meu Umbigo	8524
13	Portuguese Celebrity Girls	7979
14	E Deus Criou a Mulher	7876
15	Super Sporting	6342
16	Nomes e mais nomes	6327
17	Astropt	5643
18	Às Nove no Meu Blog	5160
19	Pirata Mania	4998
20	Geração Benfica	4906
21	Blasfémias	4775
22	Quadripolaridades	4405
23	5dias	4320
24	O Insurgente	4080
25	Delito de Opinião	4042
26	Gatas QB	4002
27	Arrastão	3961
28	Restos de Colecção	3626
29	Cinco Quartos de Laranja	3585
30	A Dona de Casa Perfeita	3476

Fuente: Blogómetro (*blog Aventar*)¹⁴⁴

¹⁴³ Cf. Blogómetro, 2013.

Tal como se puede comprobar en esta lista, el primer *blog* político que aparece, Blasfemias, surge en 21º lugar y tiene 4.775 visitas diarias, lo que representa sólo el 9,7% del número de visitas diarias del *blog* que aparece en primer lugar, Visão de Mercado, dedicado al fútbol (se destacan en negrita otros *blogs* políticos que figuran también en la lista de los 30 más leídos: 5días, O Insurgente, Delito de Opinião y Arrastão).

Está claro que, si consideramos por ejemplo el conjunto de los primeros veinte *blogs* políticos que figuran en el Blogómetro (ver Tabla 2), la media diaria de lectores pasa a ser mucho más significativa: 42.016, lo que representa, seguramente, más que la media diaria de algunos diarios portugueses de referencia – pero, aún así, queda lejos de las audiencias millonarias de los canales de televisión.

Tabla 2 Veinte *blogs* políticos más leídos (20 de julio de 2013)

Nº	Pos.	Nombre	Media de visitas
1	21	Blasfémias	4775
2	23	5días	4320
3	24	O Insurgente	4080
4	25	Delito de Opinião	4042
5	27	Arrastão	3961
6	31	Aventar	3467
7	34	31 da Armada	2741
8	35	Jugular	2323
9	36	Abrupto	2218
10	48	Estado Sentido (no Sapo)	1655
11	49	AspirinaB	1617
12	55	Não votem, pensem.	1462
13	57	Pantomocracia	1406
14	77	Entre as brumas da memória	1040
15	92	Forte Apache	854
16	100	Cantigueiro	684
17	114	Vai e Vem	578
18	170	Farpas	317
19	179	Em 2711	288
20	217	O Informador	188
		TOTAL	42.016

Fuente: Blogómetro (*blog* Aventar)¹⁴⁵

¹⁴⁴ Cf. Nota no. 5.

¹⁴⁵ Cf. Nota no. 6.

Sin embargo, el número de *blogs* políticos existentes o su número de lectores son sólo dos aspectos de la influencia de ese tipo de *blogs*, y probablemente ni siquiera los más importantes. De hecho, y como observaron Drezner y Farrell hace algunos años,¹⁴⁶ los *blogs* plantean una ‘cuestión desconcertante’ a los politólogos: “¿por qué los *blogs* tienen a veces consecuencias políticas reales, dado el número relativamente bajo de lectores de *blogs* en el conjunto de la población?” (2008b: 28).¹⁴⁷ La respuesta a esta pregunta reside, según los autores, en la influencia que los *blogs* tienen en la esfera mediática tradicional y, por lo tanto en la esfera política, ya que como hemos visto, éstas tienden a fundirse como ‘parlamento mediático’. En cuanto a la explicación de esta influencia de la blogosfera en la mediasfera radican, Drezner y Farrell (2008b) avanzan cuatro razones principales: incentivos materiales, red de vínculos personales, especialización y velocidad. Estas razones, que explican por qué los periodistas leen *blogs*, permiten asimismo percibir la razón por la cual los *blogs* influyen en los periodistas y así, en la esfera política a través de procesos de establecimiento de temas de discusión y (sobre todo) de encuadramiento. Tal como resumen los autores:

Si los *media mainstream* construyen puntos cruciales a través de los cuales los actores políticos deben operar, la blogósfera tiene la capacidad de construir puntos cruciales a través de los cuales operan los *media*. (Drezner & Farrell, 2008b: 25).¹⁴⁸

Así pues, la influencia de los *blogs* en la política y su importancia es más indirecta que directa, lo que no significa que sea menor.

Sin embargo, esto no significa que los *blogs* no tengan - o no intenten tener - una influencia directa y visible en la política, especialmente en las campañas electorales. En el caso portugués, la utilización de los *blogs* en campañas políticas se produjo en las presidenciales de 2006, para las que se crearon cinco *blogs* de apoyo a los candidatos, como fue el caso de ‘Pulo do Lobo’ (Cavaco Silva), ‘Super Mário’ (Mário Soares) y ‘Quadrado’ (Manuel Alegre). En las legislativas de 2009 se crearon *blogs* de apoyo al PS, ‘Simplex’, al PSD, ‘Jamais’, y al CDS, ‘Rua Direita’ (Pena & Luís, 2009). *Simplex* (PS) congregaba a 40 autores, *Jamais* congregaba 32; desde su creación, el 22 y 21 de julio respectivamente, hasta la

¹⁴⁶ La versión inicial del texto es de 2004.

¹⁴⁷ Traducción libre del original: “*In this paper, we have sought to provide an answer to a perplexing question for political scientists—why do blogs sometimes have real political consequences, given the relatively low number of blog readers in the overall population?*”

¹⁴⁸ Traducción libre del original: “*If the mainstream media constructs focal points through which political actors must operate, the blogosphere has the capacity to construct focal points through which the media operates.*”

víspera de las elecciones (que se celebraron el 27 de septiembre), los dos *blogs* publicaron un total de 2.245 *posts* y tuvieron más de 320.000 visitas.¹⁴⁹

Además en el contexto de la campaña para las legislativas de 2009, Paulo Querido - un conocido periodista y pionero de la blogosfera portuguesa – organizó la iniciativa *BlogConf*, una conferencia que el 27 de julio de 2009 puso frente a frente, durante unas horas, al entonces primer ministro y candidato José Sócrates y a veinte blogueros de varias tendencias políticas (Grilo, 2009).

También Passos Coelho, el actual primer ministro, cuando se encontraba en la oposición hizo un amplio uso de estos encuentros con blogueros, en sus distintas modalidades: almuerzos con blogueros (13 de enero de 2010),¹⁵⁰ cenas con blogueros (18 de marzo de 2011),¹⁵¹ conferencias de prensa para blogueros (15 de mayo de 2011),¹⁵² etc. Extrañamente, o tal vez no, las relaciones de los políticos con los blogueros tienden a acabar mal cuando los primeros pasan de la oposición al gobierno.

Por otro lado, son varios y conocidos los casos de blogueros que han pasado a convertirse en asesores del gobierno,¹⁵³ cuando no directamente a miembros del mismo, y aunque eso no está relacionado exclusivamente con la calidad de bloguero, ciertamente ésta no dejará de contribuir a propiciar el prestigio y la influencia en la blogosfera y en la esfera mediática y política. Algunos incluso quieren ver los *blogs* como un vivero para el reclutamiento directo de políticos, como habría sido el caso del actual diputado socialista João Galamba, seleccionado por José Sócrates para ser el número 3 por Santarém en las elecciones legislativas de 2009 debido a su prestigio como bloguero (Pena & Luís, 2009).

Relación entre los *blogs* y los *media mainstream*

La cuestión de la influencia de los *blogs*, que acabamos de tratar, se relaciona de forma directa con otra cuestión: la de la relación entre los *blogs* y los *media mainstream*. La cuestión es tanto más relevante cuanto un autor como Posner (2005) defiende que “El *blog* es el desafío más reciente y tal vez más grave a la institución periodística”.¹⁵⁴ Para referirnos de nuevo al estudio de Elsa Morais,¹⁵⁵ la mayor parte de los 20 *blogs* analizados (60%) recurre a hipervínculos hacia los *media* nacionales *mainstream* –

¹⁴⁹ Cf. Moura, 2009: 34, *passim*.

¹⁵⁰ Cf. de Sá, 2010

¹⁵¹ Cf. de Sá, 2011.

¹⁵² Cf. Naves, 2011.

¹⁵³ Para dos ejemplos recientes, cf. O fim, 2012.

¹⁵⁴ Traducción libre del original: “*The latest, and perhaps gravest, challenge to the journalistic establishment is the blog.*”

¹⁵⁵ Morais, 2013: 217 et seq.

sobre todo Público, I y Diário de Notícias, constatándose una escasa presencia de la radio y la TV y la ausencia de los medios regionales (lo cual es coherente con el perfil de los blogueros antes mencionados), siendo también relevante el recurso a los vídeos de *youtube*.

Sin embargo, los *blogs* introducen una gran novedad en relación con los periódicos que citan: los temas que tratan no sólo no coinciden con los de los periódicos, sino que también, y sobre todo, son tratados de forma diferente: mientras que los periódicos se centran en los protagonistas - individuos o instituciones - los *blogs* se centran en las ideas. Esto se explica, en primer lugar, porque los periódicos son *media* que publican noticias, mientras que los *blogs* son medios de opinión - dando origen así a una especie de ‘división del trabajo’ informativo.¹⁵⁶ En este sentido, los *blogs* políticos no hacen propiamente periodismo, sino lo que por analogía con otros dominios podríamos denominar ‘metaperiodismo’, periodismo sobre el periodismo – esta es la forma en que influyen en la agenda mediática y así en la propia agenda pública. Funcionan como una especie de proveedores generalizados de los *media mainstream*.

Es verdad que esta autonomía relativa de los *blogs* en relación con los *media mainstream* puede ser aducida como un argumento contra la tesis de la ‘refeudalización’ de la blogosfera, de la que trataremos más adelante. No obstante, y frente a las perspectivas más optimistas sobre esta autonomía, siempre conviene tener presente la advertencia de Hannah Arendt de que “La libertad de opinión es una farsa si la información sobre los hechos no está garantizada, y si no son los propios hechos los que constituyen el objeto del debate” (1983: 238).¹⁵⁷ Fue precisamente por tener consciencia de la importancia y del peso de los hechos que regímenes como los de Stalin intentaron eliminar de las fotografías a sus enemigos y rivales políticos, algunos de ellos después de haber sido realmente eliminados; o que regímenes como el de Hitler basaron su poder en el lema de que una mentira mil veces repetida se convierte en verdad. A esta relación creativa con los hechos, que es la base de todos los regímenes totalitarios, hace mucho que se le denomina propaganda.

Además, hay que tener en cuenta que la afirmación de que, mientras que los periódicos nos revelan los hechos, los *blogs* nos propician opiniones sobre los mismos, no es totalmente exacta, ya que por un lado, hay una parte importante del periodismo que es de opinión (hay incluso quien defiende que, por más factual que se pretenda, todo el periodismo lo es,) y, por otro lado, hay *blogs* que publican hechos de primera mano.

¹⁵⁶ Ibid.: 225 et seq.

¹⁵⁷ Traducción libre del original: “Freedom of opinion is a farce unless factual information is guaranteed and the facts themselves are not in dispute.”

Es precisamente en este ámbito donde debe plantearse la cuestión del establecimiento de temas de discusión (*agenda-setting*) por parte de los *blogs*. Si es verdad que la función de encuadramiento (*framing*) de los *blogs* es más o menos evidente y permanente – se deriva del propio carácter intrínsecamente opinativo de los *blogs* - ya la función de establecimiento de temas de discusión parece ser menos perceptible y más rara, aunque en ocasiones también exista y se manifieste de forma particularmente contundente. Esto se debe sobre todo a las limitaciones de tiempo, dinero y recursos que los blogueros tienen para descubrir e investigar los hechos, especialmente cuando se comparan con los *media mainstream* (Drezner & Farrell, 2008).

En otro trabajo (Serra, 2009), procuramos analizar algunos casos, extranjeros y nacionales, en los que la función de establecimiento de temas de discusión por parte de los blogs se encuentra patente. Daremos aquí otro ejemplo más reciente: el 19 de julio de 2012, João Silva Jordão escribe en su *blog* ‘Casa das Aranhas’, un post titulado ‘La Masonería en Portugal - una historia de corrupción y conspiración’ (Jordão, 2012). El 1 de agosto de 2012, alguien que firma António José pone en ese *post*, un comentario que consiste en una lista de centenares de nombres. El 30 de agosto de 2012, en la revista Sábado, el periodista – e investigador de temas de masonería - António José Vilela publica un artículo titulado ‘Nombres de la masonería revelados’, que informa, en *lead*, que “Los ‘hermanos’ del Gran Oriente Lusitano están alarmados desde que se publicaron en Internet los nombres de 1.438 masones” (Vilela, 2012: 49), refiriéndose a la lista del *blog* ‘Casa das Aranhas’, cuya veracidad habría confirmado – a pesar de que en la misma figuran personas fallecidas o que fueron expulsadas de la organización masónica, y omitir otras que en el interín ingresaron en la misma. Sobre la forma en que se haya obtenido la lista, uno de los responsables de la organización masónica habla de la posibilidad de que se haya producido una "intrusión en el sistema informático" de la misma (Vilela, 2012: 49).

El 30 de agosto, la lista del blog Casa das Aranhas y el artículo de Sábado se citan en distintos *media mainstream* nacionales, como es el caso del Correio da Manhã,¹⁵⁸ el Diário de Notícias,¹⁵⁹ el Expresso,¹⁶⁰ el Jornal de Negócios¹⁶¹ o TVI24.¹⁶²

Este ejemplo muestra las principales características del establecimiento de temas de discusión realizado por los *blogs*: se trata, en general, de un establecimiento de temas de discusión intermediático, de los *blogs* sobre los *media mainstream* – por regla general, primero los periódicos o las revistas, y únicamente después las televisiones – y a partir de ellas, o a través de ellas la agenda pública

¹⁵⁸ R.P.V., s.d

¹⁵⁹ Antunes, 2012.

¹⁶⁰ Pereira, 2012.

¹⁶¹ Jornal de Negócios Online, 2012.

¹⁶² Redacción, 2012.

y política. Muestra asimismo, cómo los *blogs*, por no estar sujetos a las reglas y filtros profesionales y deontológicos de los *media mainstream*, pueden publicar hechos y datos que aquéllos no podrían publicar, o no podrían publicar de manera tan expedita. Otra cuestión importante en la discusión de la relación entre los *blogs* y los *media* es lo que, según autores como Goldman (2008) y Coady (2011), denominaremos la validez epistémica de los *blogs*, es decir su capacidad de alcanzar la verdad o como también se dice la ‘verdad de los hechos’.

Los dos autores mencionados ilustran precisamente las dos posiciones antagónicas que pueden ser - y han llegado a ser - defendidas en relación con esa cuestión: mientras Goldman duda de la capacidad de los *blogs* de alcanzar la verdad, por no utilizar los filtros (*gatekeepers*) utilizados por los medios de comunicación convencionales (*conventional media*), Coady considera que no sólo los *blogs* utilizan filtros, aunque diferentes, sino también que esos filtros serían incluso más eficientes que los de los medios de comunicación convencionales, pudiendo así alcanzar la verdad factual.

Contrariamente a lo que ocurre en los *media*, en los *blogs* los filtros se aplican a posteriori, en el sentido de que si un *blog* publica algo falso o incorrecto, inmediatamente será objeto de crítica por parte de otros blogueros o de sus propios lectores, y así será más o menos rápidamente obligado a rectificar lo escrito, bajo pena de caer en el descrédito ante sus pares y lectores. Eso lleva incluso a Posner (2005) a considerar que “la blogosfera como un todo tiene una máquina de corrección de errores mejor que la de los medios de comunicación convencionales”¹⁶³. Ésta sería comparable a una *Associated Press* o *Reuters* con “millones de reporteros, muchos de ellos especialistas, trabajando todos sin salario para periódicos gratuitos y sin publicidad” (Posner, 2005: s.p).¹⁶⁴

Hay que considerar, por otro lado, que la práctica del *gatekeeping* tradicional por parte de los *media* convencionales, no ha evitado que incluso algunos de los más prestigiosos publiquen también sus falsedades e incorrecciones, algunas bastante graves desde el punto de vista de la deontología del periodismo. Nos referimos por ejemplo a casos como el de Jayson Blair, el reportero del *The New York Times* que tuvo que abandonar el periódico en mayo de 2003 tras descubrirse varios episodios de plagio y fabricación de sus historias. O el caso de Dan Rather, de la *CBS*, que en las elecciones presidenciales de 2004 dio una noticia falsa sobre el candidato George Bush, viéndose obligado a abandonar *CBS Evening News* en 2005 y el canal en 2006. O incluso el caso del periódico *News of the World*, un periódico centenario que pertenecía últimamente a Rupert Murdoch y que fue obligado a

¹⁶³ Traducción libre del original: “[...] *the blogosphere as a whole has a better error-correction machinery than the conventional media do.*”

¹⁶⁴ Traducción libre del original: “*It's as if The Associated Press or Reuters had millions of reporters, many of them experts, all working with no salary for free newspapers that carried no advertising.*”

cerrar el 7 de julio de 2011 tras un escándalo relacionado con escuchas de teléfonos móviles por parte de sus reporteros.

Los viejos problemas de la ‘esfera pública’

Otra de las cuestiones que han suscitado los blogs – a semejanza de lo que ha ocurrido con los diferentes ‘nuevos’ *media*, cuando surgen – es la de saber si representarán una ampliación y profundización de la esfera pública. Así, la primera tesis doctoral que se centra en Portugal en el tema de la blogosfera política, elige la siguiente cuestión de investigación:

¿Son los *blogs* promotores de un pluralismo y diversidad como principios estructuradores de la democracia, contribuyendo a la esfera pública con perspectivas divergentes, nuevas, diferentes y alternativas? (Morais, 2013:12)

Ésta es una cuestión crucial en relación con la cual la mayoría de los blogueros políticos estaría dispuesta a responder afirmativamente. Para tomar un solo ejemplo, uno de los padres fundadores de la blogosfera política portuguesa, Pedro Mexia, ve en ella no sólo "un espacio de opinión ‘más diferenciado’ que el de los periódicos [sino también] [...] una repolitización del espacio público, en el sentido ideológico y no en el sentido partidario” (Mexia s.d, apud Pena & Luís, 2009: s.p.).

No obstante, la blogosfera portuguesa revela desde sus inicios las asimetrías señaladas en la denominada ‘esfera pública burguesa’, y reconocidas por el propio Habermas (1992); y según ciertos autores, sobre todo a partir de 2009, ha venido a evidenciar asimismo una auténtica ‘refeudalización’, en el sentido de que ésta se encuentra caracterizada por Habermas (1992).¹⁶⁵ Trataremos estos aspectos de forma independiente.

En lo referente a las asimetrías, se revelan claramente cuando analizamos, incluso de forma elemental, el perfil sociodemográfico de los blogueros. Diversos datos estadísticos y encuestas han confirmado que los blogueros son predominantemente jóvenes, de sexo masculino, de zonas urbanas, con estudios superiores y profesiones intelectuales, aunque los porcentajes concretos varían de un estudio a otro.

¹⁶⁵ A tal respecto podríamos incluso plantear la hipótesis de que este esquema que caracteriza la "esfera pública burguesa" se aplica de hecho a la evolución de cada nuevo *media*, en el sentido de que al principio, ofrece potencialidades de ampliación de la esfera pública que en breve serán objeto de una ‘refeudalización’ por parte de las instituciones dominantes, económicas, políticas u otras.

Así, y para referirnos sólo a algunos de estos estudios, los datos del cuestionario ‘La Sociedad en *Red* en Portugal 2006’ permitían concluir que en ese momento, el 40% de los blogueros tenían menos de 18 años, representaban el 63% del sexo masculino e incluían el 55% de estudiantes de la enseñanza secundaria.¹⁶⁶ Por su parte, los datos de la encuesta realizada por Carvalho y Casanova (2010: 101-2) muestran que “los autores de *blogs* de opinión e intervención pública” representan el 80,7% de hombres, de los cuales, aproximadamente el 56% se sitúa entre los 26 y los 45 años, localizados en dos ejes principales, Lisboa-Setúbal (más del 50% de la muestra) y Oporto-Braga (17,5%), y de los cuales más del 90% cuenta con una formación de grado superior, siendo sobre todo “profesionales técnicos y liberales, dirigentes y empresario”.¹⁶⁷ Finalmente, los datos del cuestionario realizado por Elsa Morais a los blogueros de los 20 *blogs* políticos más leídos del Blogómetro, obteniendo un total de 59 respuestas, concluye que son mayoritariamente de sexo masculino (86,5%), urbanos (el 56% reside en el área de la Gran Lisboa y el 24% en la zona del Gran Oporto), tienen edades entre los 30 y 50 años (72,8%) y ejercen profesiones mayoritariamente intelectuales, muy cualificadas, entre las que destacan la docencia universitaria y el periodismo.¹⁶⁸

En lo referente a la cuestión de la eventual ‘refeudalización’ de la blogosfera, Drezner y Farrell (2004) planteaban la hipótesis de que, en la medida en que los *blogs* se volviesen ‘políticamente más influyentes’, podríamos esperar que se volviesen “más directamente integrados en la ‘política como de costumbre’, perdiendo algo de su sabor de novedad y rapidez en el proceso.” (Drezner & Farrell, 2008b: 28)¹⁶⁹. Tal como vimos, en el caso portugués ese proceso de integración se produjo a partir de las elecciones presidenciales de 2006, pudiéndose considerar más o menos establecido ya en las legislativas de 2009. Ahora bien, esa integración se ve, por parte de varios blogueros, periodistas e intelectuales, como una verdadera sumisión de los blogs a los intereses mediáticos y políticos dominantes.

Así, refiriéndose a la conferencia de José Sócrates con los blogueros del 27 de julio de 2009, el bloguero, articulista, historiador y político José Pacheco Pereira, en un texto titulado ‘Sócrates entre los *bloggers*...’, comenta la pérdida de autonomía de la blogosfera política en relación con los periódicos y la vida partidista, y la consiguiente pérdida de la ‘voz crítica de la blogosfera’.

¹⁶⁶ Cf. Cardoso, Espanha & Cheta, 2008: 12

¹⁶⁷ Carvalho & Casanova, 2010: 101-2.

¹⁶⁸ Cf. Morais, 2013: 184-9

¹⁶⁹ Traducción libre del original: “*To the extent that blogs become more politically influential, we may expect them to become more directly integrated into “politics as usual,” losing some of their flavor of novelty and immediacy in the process.*”

Actualmente la blogosfera está restringida al mainstream, con sus mismos defectos. Tiene el mismo tono, la misma agenda, los mismos temas que la prensa y la misma preocupación por la carrera y el ascenso que tiene un joven de una Jota. Claro que existen excepciones, pero ésta es la regla. (Pereira, 2009: s.p.)

En un texto escrito en la misma época, titulado 'La Era de los Extremos (el fin de cierta blogósfera)' Bruno Sena Martins se pronuncia más o menos en el mismo sentido, señalando:

[el fin de] [...] una era en la que el debate político estaba siendo fuertemente alimentado por las franjas del espectro político y en la que la discusión se alimentaba de cuestiones marcadamente ideológicas [y su sustitución por una blogosfera que es] [...] un reflejo fiel de la esfera pública portuguesa [en la que] [...] el debate ideológico ha sido ampliamente sustituido por las cuestiones pragmáticas del gobierno de la república y la crítica tendencialmente indiscriminada fue dando lugar a los rigores de la lealtad partidaria. (Martins, 2009: s.p.)

Los *blogs* *Jamais* y *Simplex* serían, precisamente los 'síntomas resplandecientes' de esa nueva era.

Que esa modificación en la blogosfera no era coyuntural lo demuestra también el hecho de que diagnósticos semejantes a los anteriores se realizaron posteriormente y de forma regular.

De este modo, en un artículo de septiembre de 2011, Antonio Guerreiro escribía sobre "Los *blogs* y la estructura mafiosa del poder", entendiendo aquí 'organización mafiosa' no como una organización criminal, sino como:

[...] una organización que sobrevive a través de la construcción de una red de relaciones "familiares" y que hace de la propaganda el arma principal de su diseño: la autoprotección que garantiza la supervivencia. (Guerreiro, 2011: s.p.)

Por su parte, en un *post* del 26 de marzo de 2012, el bloguero victorangelo, del blog *Vistas Largas*, escribía que:

La mayoría de los *blogs* "políticos" portugueses aporta cero a lo publicado en la prensa [...] No aportan nada nuevo, no incorporan nada para la reflexión o el conocimiento. Es decir, acaban prácticamente por carecer de impacto en la escena política nacional y en la elaboración de una opinión pública alternativa. Sin contar con que, en la gran mayoría de esos *blogs*, se muestra una alineación ciega con este o aquel partido, sin independencia de espíritu" (victorangelo, 2012: s.p.)

Dados estos diagnósticos, no sorprende que el mencionado José Pacheco Pereira (se) pregunte, en un *post* del *blog Abrupto* del 6 de diciembre de 2012, "Por qué razón los *blogs* tienen cada vez menos importancia", atribuyendo la 'profunda crisis' de la blogosfera política a tres razones, entre otras:

[...] la agenda de los *blogs* se ha convertido en la agenda comunicacional; los *blogs* se han convertido en espejos miméticos de los partidos y las fracciones políticas, y en la actualidad estos *blogs* son una "área de negocios", tanto en términos de gestión de carreras individuales, principalmente en el plano político, cuanto para agencias de comunicación, *marketing*, etc., que actúan en ese medio para servir a sus clientes. (Pereira, 2012: s.p.)

¿Qué decir de estas posiciones sobre la pérdida de autonomía de la blogosfera? Tal como ocurre con la cuestión de la 'refeudalización' de la 'esfera pública burguesa', diremos que conviene preguntarse si no existe también aquí, en relación con la blogosfera, una crítica demasiado en bloque. Es decir: tal como en los *mass media* 'refeudalizados' siempre ha existido y sigue existiendo espacio de crítica y debate, dotados de virtualidades democráticas, lo mismo ocurre en la blogosfera. A semejanza de los *blogs* que hoy se encuentran 'refeudalizados', existen otros muchos *blogs* - quizá la mayoría - que siguen obedeciendo a su vocación original de concienciación y crítica de lo que ocurre en el sistema político-mediático.

Consideraciones finales

Volvamos a lo afirmado por Liebling, citado en la introducción: parece innegable que 'La libertad de prensa sólo está garantizada para aquellos que poseen una'. Sin embargo, la *Web 2.0* en general, y la blogosfera en particular, nos obligan asimismo a plantear la cuestión inversa ¿y qué ocurre con la libertad de prensa cuando todos pueden tener una?

En cuanto a la recepción, el resultado no puede dejar de ser la fragmentación del espacio público (Rodrigues, 2006), y la imposibilidad de que se fijen los temas que constituyen la ‘opinión pública’ (Habermas, 2006). En cuanto a la producción, lo que tenemos es lo que Papacharissi (2009) denomina ‘narcisismo cívico’, es decir, un conjunto de individuos que desafían constantemente los límites de lo público y lo privado, haciendo que cada una de estas esferas penetre cada vez más en la otra. Y todo ello en una lógica de ‘agonismo pluralista’ inconciliable con el alegado consenso que debería caracterizar la ‘esfera pública’.

No obstante, el hecho de que los *blogs* políticos no puedan ser vistos como una nueva ‘esfera pública’ no implica que no sean importantes desde un punto de vista cívico y político. Permiten que los ciudadanos hagan llegar su voz a los media y, a través de éstos, a los agentes políticos. En este sentido representan sin duda un aumento de poder de los ciudadanos que los crean y utilizan.

Es cierto que, en el transcurso de su todavía breve historia, los *blogs* han pasado de una fase de afirmación a una fase de institucionalización. Sin embargo, este paso no equivale necesariamente a una sumisión de la blogosfera como un todo a los dictámenes del sistema político-mediático. Incluso los *blogs* que protagonizan esa sumisión acaban siendo, tarde o temprano, víctimas de ella: pierden credibilidad, lectores e influencia. Al perder su sentido crítico, pierden lo que constituye la esencia de un *blog* político, se transforman en una voz entre las muchas que componen el sistema político-mediático.

De esta manera, los verdaderos *blogs* políticos están - y deben seguir estando - al margen del sistema político-mediático, procurando crear en él una irritación generadora de cambios. Así que, no podríamos estar más en desacuerdo con las posturas de aquellos que, como Sullivan (2004), critican a los blogueros por quedarse al margen, por ser insurgentes que no quieren gobernar. Es precisamente en los márgenes, poniendo en práctica lo que el mismo Sullivan denomina ‘ética de la revuelta’ donde los blogueros son realmente importantes y útiles desde el punto de vista cívico y político.

Referencias Bibliográficas

Antunes, R. P. (2012.). Maçonaria: Políticos, gestores e juizes entre os 1438 maçons expostos. *DN Política*. [Online], 30 de agosto, disponible: http://www.dn.pt/politica/interior.aspx?content_id=2743058

[Acceso 27 julio 2013].

Arendt, H. (1983). Truth and politics. En: *Between past and future*. Harmondsworth: Penguin Books, pp. 227-264.

Blogómetro (2013) Lista por media diaria de visitas. *Aventar*. Weblog [Online], 20 julio, disponible: <http://blogometro.aventar.eu/mt/2013-07-20/?page=60> [Visitado el 27 de julio de 2013].

O fim. (2012). *Combate de blogs*. Weblog [Online], 7 de diciembre, disponible: <http://combateblogs.blogspot.pt> [Acceso 26 junio 2013].

Canavilhas, J. (2005). Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores? En: J. C. Correia (Org.). *Comunicação e política*. Covilhã: Livros Labcom, pp.85-11.

Cardoso, G., Espanha, R. & Cheta, R. (2008), (Orgs.). *Blogues e blogosfera.pt*. Lisboa: Obercom.

Carvalho, T., & Casanova, J. L. (2010). Esfera pública, democracia e internet: os bloggers em Portugal. *Observatorio (OBS*) Journal*, vol.4, no. 2, pp. 91-118.

Coady, D. (2011). An Epistemic Defence of the Blogosphere. *Journal of Applied Philosophy*, vol. 28, no. 3, August, pp. 277-294.

De Sá, F. M. (2010). Pedro Passos Coelho cena con Bloggers – Parte 1. *Aventar*. Weblog [Online],

13 de enero, disponible: <http://aventar.eu/2010/01/13/pedro-passos-coelho-almoca-com-bloggers-parte-1/> [Acceso 27 julio 2013].

De Sá, F. M. (2011). Pedro Passos Coelho cenó con blogueros. *Albergue Espanhol*. Weblog [Online], 19 de marzo, disponible: <http://albergueespanhol.blogs.sapo.pt/923640.html> [Acceso 27 julio 2013].

Drezner, D. W., & Farrell, H. (2008a). Introduction: Blogs, Politics and Power: A Special Issue of Public Choice. *Public Choice*, vol.134, no.1-2, January (1/2), pp 1-13.

Drezner, D. W., & Farrell, H. (2004). *The Power and Politics of Blogs*. [Online], July, disponible: <http://www.yale.edu/lawweb/jbalkin/telecom/dreznerandfarrellblogpaperfinal.pdf>

[Acceso 19 junio 2013].

Drezner, D. W., & Farrell, H. (2008b). The Power and Politics of Blogs. *Public Choice*, vol. 134, no.1-2, January, pp. 15–30.

Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol/ CA: O'Reilly Media.

Goldman, A. I. (2008). The Social Epistemology of Blogging. En: J. Hover, & J. Weckert (eds.). *Information Technology and Moral Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 111-22.

Grilo, R. (2009). BlogConf 1.0: José Sócrates. *ideias em série*. Weblog [Online], 28 Julho, disponible: <http://www.ideiasemserie.net/files/blogconf.php> [Acceso 14 de julio 2013].

Guerreiro, A. (2011). Os blogues e a estrutura mafiosa do poder. *Expresso-Atual*. [Online], 3 de septiembre, disponible: <http://expresso.sapo.pt/os-blogues-e-a-estrutura-mafiosa-do-poder=f671314> [Acceso 19 julio 2013].

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.

Habermas, J. (1992). Further Reflections on the Public Sphere. In: Calhoun, C. (ed.). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 421-461.

Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, vol. 16, no. 4, November, pp. 411-426.

Jordão, J. S. (2012). A maçonaria em Portugal - uma história de corrupção e conspiração. *Casa das Aranhas*. Weblog [Online], 19 de julio, disponible: <http://casadasaranhas.wordpress.com/2012/07/19/a-maconaria-em-portugal-uma-historia-de-corrupcao-e-conspiracao/> [Acceso 28 julio 2013].

Jornal de Negócios Online (2012). Sociedades Secretas: Divulgação de 1.500 maçons na internet lança pânico. *Negócios*. [Online], 30 de agosto, disponible: <http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/divulgacedilatildeo-de-1500-maccedilons-na-internet-lancedila-pacircnico.html> [Acceso 27 julio 2013].

Liebling, A. J. (1960). Do you Belong in Journalism. *The New Yorker*, 14 May, p. 105.

Luhmann, N. (1993). Complexidade societal e opinião pública. In: *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Vega.

Martins, B. S. (2009). A era dos extremos (o fim de certa blogosfera). *5dias*. Weblog [Online], 7 de agosto, disponible: <http://5dias.net/2009/08/07/a-era-dos-extremos-o-fim-de-certa-blogosfera/> [Acceso 22 julio 2013].

Morais, M. E. (2013). *Pluralismo e diversidade nos media em Portugal: A blogosfera política em rede*. 386p. Tesis (Doctorado en Ciencias de la Comunicación – Especialidad de Economía Política de la Comunicación). Universidad de Minho, Braga.

Moura, L. M. (2009). *Assimetrias de comportamentos na blogosfera política portuguesa*. 60p. Disertación (Máster en Sociología - Especialidad en Comunicación y Cultura). ISCTE-IUL, Lisboa.

Naves, L. (2011). Passos Coelho responde a perguntas de bloggers. *Albergue Espanhol*. Weblog [Online], 15 de mayo disponible: <http://albergueespanhol.blogs.sapo.pt/1081346.html> [Acceso 27 julio 2013].

Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere, and beyond. En: Chadwick, A. & P. N. Howard, P. N. (eds.). *Routledge Handbook of Internet Politics*. New York: Routledge, pp. 203-245.

Pena, P., & Luís, S. B. (2009). O blogue é uma arma. *Visão*. Weblog [Online], 6 de agosto, disponible: <http://visao.sapo.pt/o-blogue-e-uma-arma=f524691> [Acceso 20 julio 2013].

Pereira, J. P. (2012). Perguntas que não levam a parte nenhuma: Por que razão os blogues têm cada vez menos importância? *Abrupto*. Weblog [Online], 6 de febrero, disponible: <http://abrupto.blogspot.pt/2012/02/perguntas-que-nao-levam-parte-nenhuma.html> [Acceso 27 junio 2013].

Pereira, J. P. (2009). Sócrates entre os bloggers... *Opinião, Sábado*. [Online, disponible: <http://www.sabado.pt/Opinioao/Jose-Pacheco-Pereira/Socrates-entre-os-bloggers.aspx> [Acceso 27 julio 2013].

Pereira, M. (2012). Lista de maçons está online há quatro semanas: Mais de 1400 nomes do Grande Oriente Lusitano foram publicados num blogue. *Expresso*. [Online], 30 de agosto, disponible:

<http://expresso.sapo.pt/lista-de-macons-esta-ionlinei-ha-quatro-semanas=f749932> [Acceso 27 julio 2013].

Posner, R. A. (2005). Bad News. *The New York Times*. [Online], 31 July, disponible: http://www.nytimes.com/2005/07/31/books/review/31POSNER.html?_r=1&pagewan& [Acceso 19 julio 2013].

Redacción (2012). Publicada lista de maçons na Internet: São mais de 1400 nomes ligados ao Grande Oriente Lusitano. Tvi24. [Online], 30 de agosto, disponible: <http://www.tvi24.iol.pt/aa---videos---sociedade/maconaria-macons-gol-grande-oriente-lusitano-tvi24/1371447-5795.html> [Acceso 27 julio 2013].

Rodrigues, C. (2006). *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Covilhã: Livros Labcom.

R.P.V. (s.d.). Nomes de 1438 maçons revelados na Internet. *Correio da Manhã*. [Online], 30 de agosto, disponible: <http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/nacional/politica/nomes-de-1438-macons-revelados-na-internet> [Acceso 27 julio 2013].

Serra, P. (2009). Os blogs e a questão do agendamento. *Biblioteca On-Line de*

Ciências da Comunicação. [Online], disponible: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/boccserra2-blogs.pdf> [Acceso 18 julio 2013].

Serra, J. P. (2012). Novos media e participação política. *Observatorio (OBS*) Journal*, vol. 6, no. 2, pp. 127-155.

Silva, P. C. (2012). *A emergência do cidadão jornalista: El caso del programa "Combate de Blogs" de TVI24*. 127p. Disertación (Máster en Ciencias de la Comunicación). Universidad de Oporto: Oporto.

Simmel, G. (1904). Fashion. *International Quarterly*, vol. 10, no. 1, October, pp. 130-155.

Sullivan, A. (2004). Year of the Insurgents. *Time Magazine*. [Online], disponible: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1009900,00.html> [Acceso 19 julio 2013].

victorangelo (2012). Histórias de maldizer, sem mais. *Vistas largas: Portugal é grande quando abre horizontes*. [Online], 26 de marzo disponible: <http://victorangelo.blogs.sapo.pt/393575.html> [Acceso 20 julio 2013].

Vilela, A. J. (2012). Nombres de la masonería revelados. *Revista Sábado*, 30 Agosto, p. 49.

Capítulo 11

Devociones

Jorge Martins Rosa

¿Sabía el lector que la clásica canción ‘*Tutti Frutti*’, de Little Richard, tenía en principio una letra con alusiones (no tan) veladas al sexo anal? Yo tampoco lo sabía, y aunque la información está disponible en diversos lugares, como en el caso de la ubicua Wikipedia,¹⁷⁰ dudo que alguna vez lo buscase. Me enteré casi de casualidad al ver un *post* en un grupo cerrado de Facebook, con el llamativo nombre de «Iglesia Universal de los Hacedores de Bonitas Listas Musicales de los Últimos Días» (en adelante sólo «Iglesia», o IUHBLMUD, como a sus «obispos»/administradores les gusta abreviar).

Hagamos una breve descripción de nuestro objeto de análisis, destacando algunas características que lo convierten simultáneamente en un buen y un mal punto de partida para hacer de él un paradigma:¹⁷¹ 1) de la actividad en las «redes sociales» -tecnológicamente mediadas, aunque prescindiremos de esa llamada de atención de aquí en adelante, así como de las comillas-, 2) de la que es la fuente dominante, Facebook, y además 3) de una de sus funcionalidades, los grupos.

Dejando por ahora abierta la relación con tales capas externas, cuyo *modus operandi* ya es de sobra conocido, y concentrándonos en el hecho de que se trata de un grupo de Facebook (esto es, ni un perfil ni una página institucional), éste se presenta como «cerrado».¹⁷² Esa es, desde luego, una limitación digna de mención que nos obliga a traer a colación la famosa fórmula de Niklas Luhmann

¹⁷⁰ “*Tutti Frutti, good booty / If it don’t fit, don’t force it / You can grease it, make it easy.*” Cf. Wikipedia, The Free Encyclopedia: s.d.

¹⁷¹ De haber un método en nuestro estudio, que tiene mucho más de preliminar que de conclusivo, lo llamaríamos «etnografía digital con observación participante», recomendando como referencia fundamental -y más todavía como fuente de inspiración que como manual de instrucciones- *Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research*, de Dhiraj Murthy (2008).

¹⁷² En el momento en que se escriben estas líneas (advertencia necesaria dado el carácter en permanente evolución de las funciones de Facebook), existen tres tipos de grupos: **abiertos** (visibles públicamente y bastando para ser miembro, proceder a la adhesión o ser añadido por un miembro), **cerrados** (la existencia del grupo es accesible a través de una búsqueda o recomendación automática, pero es necesaria la confirmación de un administrador para ser miembro), y **secretos** (igual que el anterior, pero la existencia del grupo no es accesible a través de búsquedas). Cf. La documentación de ayuda de Facebook, para este caso específico en Facebook (s.d.).

en *The Differentiation of Society* (1982) acerca de la pertenencia a una organización¹⁷³ -fórmula que además, como se verá, planea sobre todo este artículo. Si fuera un grupo «secreto» la rigidez de esa «membrana» tendría como contrapartida un elevado grado de libertad dentro del mismo -un ejemplo plausible (y común en Facebook) podría ser un grupo de antiguos compañeros de clase. Si fuese un grupo abierto, se privilegiaría algún elemento aglutinador (ser aficionado a un determinado género musical, por ejemplo, o ser emigrante en un determinado país o ciudad), pudiendo acceder cualquiera pero exigiendo eso un mayor control de los administradores del grupo, incluyendo el poder de expulsión para evitar desviaciones del objetivo que motivó su creación.¹⁷⁴ En un grupo cerrado es posible conciliar la apertura a nuevos miembros -que, además de invitados por otros o añadidos por administradores, pueden darse cuenta de su existencia «tropezando» en una navegación al azar- con un control que se espera no sea demasiado rígido.

Y tal vez no lo fuera si se tratase de un grupo «común» de discusión. Dicho de otro modo, en la IUFBLMUD hay un conjunto de reglas adicionales, y éstas condicionan profundamente la actividad de sus miembros -(de) limitando pero paradójicamente estimulando la participación. Al mismo tiempo, eso nos permitirá sin más demora adentrarnos en la actividad más común y regular del grupo: publicar canciones subordinadas a un determinado tema que cambia diariamente. Pero antes una breve historia de su existencia de casi cuatro años.

Nos ayudamos, aquí y en otros momentos debidamente indicados, del testimonio personal de José Reis,¹⁷⁵ el creador del grupo y por consiguiente uno de sus administradores. Antes del grupo existió también según sus palabras, una «prehistoria»:

[...] comenzó por un juego de C. P., que decidió postear una canción al día en su muro con artistas de la A a la Z (26 días, por lo tanto), e invitó a sus amigos a hacer lo mismo. Cuando acabó decidimos continuar, y la idea original era hacer después una lista por años; mientras tanto, se me ocurrió que esto tendría más gracia si se hiciera en un grupo, para que todos viéramos lo que todos publicábamos. Creé el grupo, invité a toda la gente que participaba en esa lista y

¹⁷³ “We can label as ‘organized’ those social systems which link membership to specific conditions, that is, which make entrance and exit dependent upon such conditions. [...] With the help of such impersonal membership rules [...] it becomes possible, in spite of voluntary chosen and shifting membership, to stabilize highly ‘artificial’ modes of behavior over long stretches of time.” (Luhmann, 1982: 75)

¹⁷⁴ No es necesario un estudio muy profundo para comprobar que los grupos abiertos, si no son permanentemente controlados por sus administradores, se convierten en verdaderos pozos de *spam*, anunciantes y demás.

¹⁷⁵ A excepción de este caso, y procurando respetar la privacidad de otros miembros del grupo que no fueron contactados para autorizar su testimonio, los autores serán identificados sólo por sus iniciales.

quedamos todos como administradores. Mientras tanto cada uno fue invitando a amigos, y se convirtió en esto [...]. (Información verbal)¹⁷⁶

Comenzó por tanto como un pequeño juego – lo que en el fondo es todavía – entre un grupo muy restringido de cerca de 11 amigos, todos dotados del papel de administrador, que decidió no limitar el acceso, invitando a nuevos miembros. El 27 de Julio de 2013, poco más de tres años y medio después su fundación (más concretamente el 28 de noviembre de 2009), se alcanzó la significativa cifra de 5.000 miembros.¹⁷⁷ Los administradores son ahora 60, aunque solo cerca de 25 desempeñen regularmente esas funciones –además, algunos de los fundadores, a pesar del «cargo» que por derecho les es inherente, nunca tuvieron un papel muy activo, e incluso uno de ellos desactivó su cuenta de Facebook.¹⁷⁸ Bastante relevante es también el hecho de que no mucho tiempo después, el 7 de junio de 2010, hubo un *spin-off*, un grupo de características similares y con algunos administradores en común, destinado a la producción diaria de listas de películas, la «Tribu Cinéfila de las Tapas y el Vino Tinto», que en julio de 2013 estaba todavía por debajo de los 1.000 miembros, con una tasa de crecimiento muy inferior a la del grupo en el que se había inspirado y a cuya descripción regresamos.

Publicar canciones subordinadas a un tema que cambia diariamente es, por lo tanto, la regla número cero –llamémosle por conveniencia «meta regla», aunque nunca se explique siquiera como tal– y lo que define la razón de ser del grupo: un espacio para compartir «listas musicales». Para ser más preciso, los miembros deben contribuir con *posts* (enlaces a canciones existentes en YouTube u otra *web* de vídeos¹⁷⁹) que cumplan una condición determinada, resultando al final de cada día la lista a la que se refiere el nombre del grupo. Ahora bien, además de esa periodicidad diaria –un tema por día, determinado por los administradores del grupo y publicado casi siempre escasos minutos después de la medianoche–, hay ciertas reglas que deben cumplirse.

¹⁷⁶ Entrevista concedida por José Reis vía *chat* de Facebook. [31 de Julio de 2013]. Entrevistador: Jorge Martins Rosa.

¹⁷⁷ Otras cifras que permiten tener una noción aproximada del crecimiento del grupo: 100 miembros a los 31 días (el 29 de diciembre de 2009), 1.000 a los 253 días (el 8 de agosto de 2010), 3.000 a los 746 días (el 14 de diciembre de 2011), 4.000 superados los 1.239 días (entre el 19 y el 20 de abril de 2013), y los 5.000 a los 1.337 días. Aunque la curva de crecimiento que puede hacerse a partir de estos valores sea muy ruda, es posible inferir un crecimiento estable hasta los 3.000 miembros, una suavización hasta cerca de los 4.000 (tal vez explicable por el progresivo cansancio de la red de contactos), pero después un disparo hasta los 5.000, claramente resultante de la exposición a los medios debido a la organización de un festival de música, sobre el que hablaremos después. La cifra de 4.000 miembros coincide además con la realización de ese evento.

¹⁷⁸ José Reis, op. cit., nota no. 7.

¹⁷⁹ Como se desprende de aquí, no solo la existencia de Facebook como plataforma social sino también el hecho de que YouTube se haya convertido en un gigantesco repositorio de todo tipo de vídeos (*clips* de música y otros) es lo que hace posible la concepción y mantenimiento de un grupo de este tipo.

En primer lugar, «Solamente una publicación musical al día», lo que si, por un lado, limita la participación de cada miembro¹⁸⁰ (que a pesar de ello tiene libertad para comentar en sus *posts* y en los ajenos), por otro induce un cierto grado de competitividad, y por tanto estimula el número de publicaciones diarias, que llega a sobrepasar las ciento cincuenta, como veremos posteriormente. La segunda (y obvia) regla es que el tema del día debe ser respetado, algo que puede oscilar entre lo subjetivo e intrínsecamente personal –«canciones que dedicaríais a un/a ex-novio/a», tema del 24 de marzo de 2013 (M. P. T., 2013)–, caso en que es común exigir una explicación para demostrar el cumplimiento de la regla; un objetivo simple aunque difícil de cumplir –por ejemplo, canciones con una determinada palabra en el título o en la letra, que además es una de las variaciones más comunes en los temas –, y otros casos de mayor ambigüedad en la evaluación – «músicas de inspiración psicodélica», tema del 7 de noviembre de 2012 (A.B., 2012). La siguiente regla, que tiende a recibir aclaraciones complementarias de acuerdo con el tema, sirve para evitar repeticiones aunque se cumpla la regla anterior, dictando que:

No está permitido publicar una elección anteriormente publicada: – si el tema trata sobre canciones, no se puede repetir la misma canción [...] si el tema trata sobre grupos/artistas, no se puede repetir un grupo ya publicado; si el tema trata sobre discos, no se puede repetir un disco anteriormente escogido. (Da Silva, *et al.*, s.d.: s.p.)

En cierta forma, y aunque las formulaciones pudiesen ser algo distintas (podría, por ejemplo, haber un límite diferente para el número de publicaciones diarias de cada miembro), sería casi inevitable su aparición. Pero hay una cuarta regla, aclaratoria, que tiene su origen en un pormenor técnico:

[...] Facebook cambió el funcionamiento del *Timeline*, y los *posts* aparecen ahora ordenados por último comentario y no por orden de publicación. Como eso permite que *posts* antiguos salten hacia adelante decidimos que era obligatorio identificar a qué tema pertenecían.¹⁸¹

¹⁸⁰ Cf. Da Silva, *et al.* (s.d.). Según un *post* en el grupo de Facebook de la IUFBLMUD, con autoría de A. A. F. y a propósito del tema que celebró la llegada a los 5.000 miembros (el 29 de julio de 2013 «Momentos destacados»), la regla fue establecida durante el primer día de existencia del grupo: «me acuerdo del primer día, con el tema de las profesiones (y de dar origen a la regla de un *post* por persona, porque posteé unas 3 o 4, como un campeón)» (A.A.F., 2013: s.p.).

¹⁸¹ Cf. José Reis, nota no. 7.

Dice pues esa regla:

Los miembros deben indicar en el cuerpo del *post* una referencia que indique la fecha, el tema del día y los nombres de la canción y del grupo para facilitar la búsqueda de las elecciones ya publicadas. [...] Si la elección está «escondida» en la letra, hay que indicar el fragmento que haga referencia al tema. (Da Silva, *et al.*, s.d.: s.p.)

Es, por tanto, una regla facultativa —«El incumplimiento de la regla 4 no está penalizado con la exclusión de la publicación, excepto si la misma opción surgiera más tarde, en pleno cumplimiento de la misma regla» (DA SILVA *et al.*, s.d.: s.p.)—, aunque durante el tiempo en que observamos la actividad del grupo -y en particular su crecimiento-, fue notoria la insistencia en la necesidad de cumplirla —principalmente para prevenir posibles conflictos entre miembros del grupo cuyas elecciones coincidieran parcial o totalmente.

El administrador como Leviatán.

Detengámonos precisamente en ese conflicto y en la necesidad de evitarlo o solventarlo en el caso de que ocurra, para no conducir a las famosas *flame wars* que ya fueron otrora consideradas la marca del discurso de la cibercultura (DERY *et al.* 1993). Mucho antes de las «redes sociales» que al final no son sino la más reciente y sofisticada encarnación de otras formas de comunicación mediante el ordenador¹⁸², teníamos los BBS, y después la Usenet y otros foros que fueron siendo absorbidos por la estructura de la World Wide Web. En aquellos tiempos iniciales, documentados por ejemplo en la tesis de master de Richard MacKinnon *Searching for the Leviathan in Usenet* (1992), se vacilaba entre la esperanza en el ciberespacio como un mundo aparte, donde era posible una mayor igualdad entre *netizens* —aunque la famosa *Declaration of the Independence of Cyberspace*, de John Perry Barlow, no fuese promulgada hasta 1996— y el recelo de que, principalmente por el potencial de libertinaje proporcionado por el anonimato y por la capacidad de escenificar múltiples personalidades (STONE, 1996), sería inevitable la eclosión (o, en una variante un poco más negra, la imposición) de mecanismos de regulación.

¹⁸² Nótese la homología estructural entre las siglas CMC (*Computer-Mediated Communication*), típica en los estudios de finales de los años 90, y SNS (*Social Network Sites*), que ha dominado los años más recientes.

Si recordamos la caracterización que Lawrence Lessig hace, en *The Future of Ideas*¹⁸³ de las diferentes «capas» de los medios de comunicación tecnológicos, podemos encontrar ese «deviatán» en cualquiera de ellos. Pero si en la capa física o en la de «código» se corre el riesgo de verse amenazada la «neutralidad de la red»¹⁸⁴, por ser estas, en un sentido habermasiano, la infraestructura que garantiza las condiciones de «publicidad» y de diálogo entre usuarios, en la de contenido en cambio pueden ser aceptables limitaciones a las libertades, puesto que también ellas están confinadas a determinados contextos y resultan de un acuerdo común previo entre los participantes – al menos entre sus fundadores. Los grupos de Facebook¹⁸⁵ promueven, si así se quiere aprovechar el término de Wittgenstein, diferentes juegos lingüísticos: de la conversación moderadamente desordenada a la imposición de reglas sin las que la propia identidad de grupo podría verse amenazada, como ocurre con esta singular «iglesia».

Nótese que no estamos legitimando, en una *página* tan amplia como Facebook, la limitación a lo que es publicable, sino si las pequeñas «comunidades» que se constituyen en su interior se pueden regir por parámetros de convivencia que limiten la actuación de sus miembros y que confieran, ya sea legitimidad (desde el punto de vista de la cohesión del grupo y de sus objetivos), sea autoridad (a los administradores y moderadores) en la aplicación de sanciones.

En el grupo que analizamos, la más leve de las sanciones es también la que se aplica con mayor frecuencia, hasta tal punto que – en parte para aminorar sus efectos «sociales» – se le asocia un tono bastante lúdico. Surge cuando es violada la regla 3, al repetir canciones ya publicadas el mismo día (o artistas/grupos, o discos, cuando eso está también prohibido) por otro miembro de la IUFBLMUD. Cuando tal cosa sucede, los «obispos», en su papel vigilante que a veces parece ininterrumpido, piden que se borre la publicación y se sustituya por otra donde se cumpla la regla, pero lo hacen casi siempre usando la expresión « ¡Pescado!».¹⁸⁶ Como en tantos grupos fuera de las redes sociales, también aquí se adquirió una jerga particular, de la que éste es el término más significativo.¹⁸⁷

¹⁸³ Cf. Lessig, 2001: 23-25.

¹⁸⁴ Tema demasiado lateral respecto al que aquí nos ocupa, a pesar de su inminente importancia sociopolítica, que cada vez más percibimos que está vinculado a los derechos, libertades y garantías que son indisociables de las sociedades democráticas.

¹⁸⁵ Y también las páginas, pero con diferencias que no cabe aquí enunciar y mucho menos analizar.

¹⁸⁶ En el grupo *spin-off* que mencionamos en la sección anterior, el término usado es desde el inicio, « ¡Corta!». con una clara connotación cinematográfica

¹⁸⁷ Es habitual comentar una publicación de la que se gusta particularmente con «Categoría» o « ¡Qué grande!». Son también habituales el uso de grafías alternativas de palabras, tratando de reproducir la fonética de alguna región del país (especialmente de Oporto, donde se originó el grupo), y el intercambio lúdico de insultos, especialmente entre «obispos».

Inspirado en el *sketch*, *Fish Slapping Dance*, de los humoristas Monty Python¹⁸⁸, «pescado» no tiene otro significado sino el que acabamos de describir: ya que técnicamente existe la posibilidad –recurriendo a la función de búsqueda interna o a una aplicación externa¹⁸⁹– de saber si una determinada canción o artista ya se han publicado, también el incumplimiento de esta regla tiende a ser resultado casi exclusivamente de un descuido.¹⁹⁰ De ahí que el modo relajado (pero no por eso menos vigilante) de lidiar con ella denote una cierta noción de proporcionalidad: a pequeños males, pequeños remedios.¹⁹¹ Y, por lo que observamos a lo largo de nuestra participación en el grupo, la sanción tiende a ser aceptada por el propio «infractor», cuyo comportamiento más común es hacer un comentario al respecto y minutos después (para dar tiempo a que el comentario sea leído) borrar él mismo el *post*, sin que sea necesaria la intervención de un administrador con ese poder.¹⁹²

La situación puede adquirir relieves algo distintos cuando se trata del incumplimiento de la regla 2 (i. e., no es respetado el «tema del día»¹⁹³). Es en ese (a veces simplemente supuesto) incumplimiento donde radican la mayoría de los conflictos entre miembros. Es más, casi siempre entre miembros comunes y administradores. El grado de tolerancia varía, como sería previsible, con las características del tema, y esta suele ser de sobra anunciada. Un ejemplo de esta moderación es el tema del 19 de marzo (Día del Padre en Portugal) de 2013. Transcribimos en su totalidad el *post* que anunciaba ese tema:

¹⁸⁸ También según el *post* de A. A. F. el 29 de julio de 2013, ya mencionado en la nota anterior, esa alusión se remonta también a los primeros días de existencia del grupo: «me acuerdo [...], siendo todavía hermano, de haber propuesto la idea del *fish slapping dance*, que fue aceptada por los Obispos como castigo de la Iglesia – y todavía hoy lo es (“¡Pescado!”)» (A.A.F., 2013: s.p.).

¹⁸⁹ Se trata de una aplicación concebida por uno de los administradores, disponible en <http://woli.github.io/infbimud/>, que permite consultar las publicaciones hechas cada día y realizar búsquedas según diversos criterios.

¹⁹⁰ Pero también del desconocimiento de las reglas, en el caso de nuevos miembros, del incumplimiento de la regla 4 por parte de quien realiza la primera publicación (cf. arriba), de limitaciones técnicas (publicar desde un *smartphone* o un *tablet*), o incluso –asistimos a este suceso en diversas ocasiones– de una casi coincidencia temporal.

¹⁹¹ Según José Reis -también a propósito de buena parte de los casos de incumplimiento de la regla 2-, “si la cosa es clara [...] el primer obispo que venga llama la atención, y normalmente se queda por ahí” (información verbal, via *chat* de Facebook, 31 de julio de 2013).

¹⁹² Cualquier publicación en Facebook puede ser borrada por su autor y, si se hace en una página institucional o en un grupo, también por sus administradores. Hay que añadir que muchas de las situaciones en las que esta sanción puede conducir a conflicto suceden cuando entra también en juego el incumplimiento de la regla 4, prevaleciendo el *post* formalmente más correcto

¹⁹³ No se observó ningún suceso significativo de incumplimiento de la regla 1 (cada miembro tiene derecho sólo a una publicación diaria), casi limitada a ‘deslices’ de nuevos miembros que todavía no se habían enterado de las normas. Para atenuarlas todavía más, los nuevos miembros son habitualmente notificados por los administradores con un mensaje de bienvenida y una petición para que se familiaricen con las reglas antes de comenzar a publicar.

Como ya es característico como congregación familiar y defensora de las buenas costumbres, vamos a celebrar el día del padre. Siendo así, el tema para hoy es el siguiente: ¡al despertar por la mañana os dais cuenta de que habéis acertado al Euromillones! Como excéntricos que ahora sois, ¿qué grupo contrataríais para un concierto privado para vuestro padre? Pues bien, es eso exactamente lo que queremos, EL CONCIERTO privado que organizaríais a vuestro padre. Atención que sois excéntricos pero no milagrosos, por eso nada de artistas fallecidos. :) Se pueden repetir grupos/intérpretes pero no se pueden repetir canciones. (M.E., 2013: s.p.)

Se retira aquí la habitual prohibición de publicar artista o grupo ya publicado el mismo día, añadiéndose como contrapartida la prohibición puntual de publicar artistas ya fallecidos. En lo que respecta a la regla 2, sin embargo, esta es prácticamente retirada, pues la elección es puramente personal.

Además, en muchas de las publicaciones de este día se comprobó –y sin haber sido pedido por el administrador responsable del tema diario– una práctica bastante frecuente en situaciones semejantes, que podríamos clasificar como una «sobrecompensación» por parte de quien publica: una justificación de la elección, para que quede más clara la adecuación al tema (y, diríamos, la aprobación por parte de la comunidad). Como confirmando la conocida deducción de Foucault respecto al dispositivo panóptico, aunque las reglas sean en parte retiradas¹⁹⁴ permanece la intención (moral, podríamos decir) de adaptarse a ellas. Esta aceptación tácita de las reglas del grupo es por lo demás la situación más común, bien cuando estas son acatadas en el momento de la publicación, bien cuando, por alguna razón acordada entre los administradores y explicada por ellos (ahora veremos cómo esto se lleva a cabo), hay algún tipo de incumplimiento y por tanto el *post* debe borrarse. Esto es, habiendo un aviso, siempre que ese miembro esté *online* en tiempo útil es casi siempre él mismo quien retira la publicación, sustituyéndola o no por otra.

A no ser que –y esa es una forma indirecta de aceptación de las reglas y del tema propuesto– haya un «conflicto de interpretación». Dado que son borradas todas las publicaciones en las que, o por iniciativa del propio usuario o por privilegio de uno de los administradores, prevalece el veredicto «inválido», no queda rastro de ellas, y es por tanto prácticamente imposible (a no ser de memoria) tener un registro de esos conflictos. Pero dos ejemplos recientes en que fue decretada la validez nos

¹⁹⁴ El caso más caricaturesco sucedería en el auto-titulado 'Día del Juicio Final', 20 de junio de 2013, en que el tema/regla era que no había reglas. Cualquier miembro podía publicar lo que quisiese y las veces que quisiese. Aun así fueron comunes las publicaciones en las que se procuraba elaborar una justificación para determinada elección. No hay sin embargo ningún archivo de las publicaciones de ese día, ya que, llevando este principio a su paroxismo, el fundador del grupo borró todos los *posts* antes de anunciar el tema siguiente.

ayudan a entender en qué términos se suele dar el intercambio de argumentos. El 17 de julio de 2013, el tema era «canciones acompañadas con coros que no formen parte del grupo», y uno de los miembros (R. B.) publicó el tema ‘*No Cars Go*’ de Arcade Fire, indicando adicionalmente (como se sugería, aunque con carácter facultativo) los miembros de ese coro. Uno de los administradores afirma que se trata de los miembros de la banda, pero la contrarréplica (listando los miembros de la banda y los del coro) es suficiente para ser aceptada su validez. Unos días antes, el 11 de julio, el tema era «vídeos oficiales con personas mayores», y uno de los miembros (P. C.) publica *As Minhas Poupanças* del grupo Bandex, en un vídeo donde aparece – y es «sampleado» – Cavaco Silva, el Presidente de la República Portuguesa. Uno de los administradores (curiosamente el mismo del caso anterior, A. B.), discute el carácter oficial de ese vídeo, contra argumentando P. C. con el hecho de ser el *manager* de los Bandex, y por tanto estar dotado de autoridad para valorar si el vídeo es oficial. El argumento es también aceptado, de forma cordial.

A través de estas dos muestras, y también por la ausencia de registros de situaciones con un desenlace opuesto, podría ya demostrarse el poder discrecional de los «obispos» y su diferencia de estatus por comparación con los restantes usuarios, que, o bien aceptan la decisión y retiran su *post*, o bien no la aceptan y ven como es retirado. La discusión puede suceder en buenos términos, pero para eso tiene que ser fundamentada y debatida, sea entre miembros comunes y administradores, sea entre estos últimos. Aquí encontramos uno de los secretos mejor guardados de la «congregación», que a pesar de todo es sólo el resultado de una necesidad de gestión de la vida cotidiana del grupo. En palabras de su creador, José Reis «los obispos tienen un grupo aparte, llamado “El Sínodo”, en el que sólo participan ellos y donde se discute todo lo que tiene que ver con la gestión corriente de la Iglesia.»¹⁹⁵

Lo primero, la elección del tema diario:

El tema normalmente se decide entre las 11 y la medianoche. Los obispos que están *online* hablan en el grupo y acaba por aparecer alguna idea, o la buscamos entre las sugerencias de los miembros y el «saco» que vamos haciendo con ellas.¹⁹⁶

¹⁹⁵ Cf. José Reis, nota no. 7.

¹⁹⁶ José Reis, loc. cit.

Pero «El Sínodo» sirve también para decidir a lo largo del día y también entre los que estén *online*, si las reglas se cumplen en los casos menos obvios,

Si es un caso en el límite (cumple o no con el tema), a veces se discute en el sínodo. Naturalmente, en caso de duda el obispo que propone el tema normalmente tiene más autoridad en la interpretación.¹⁹⁷

Aun así, de la observación de la actividad del grupo se comprueba que este poder, que diríamos leviatánico para retomar la sugerencia de Richard MacKinnon, tiende a ser voluntariamente atenuado por aquellos que lo detentan: 1) Los administradores también están sujetos al cumplimiento de las reglas, y por tanto son tratados de forma igualitaria (aunque la interacción verbal denote un mayor coloquialismo); y 2) son raras las ocasiones en las que una publicación se borra sin aviso previo. Además, como nos dice José Reis, el mayor o menor rigor en esta tarea de velar por el cumplimiento de las reglas es bastante variable, «hay gente más rigurosa que otra [...] no somos, para nada, rígidos en ese aspecto».¹⁹⁸

Tal como en el caso de cualquier tipo de análisis a los *posts* considerados inválidos¹⁹⁹, es también imposible trazar el comportamiento subsiguiente de los miembros. ¿Habrán abandonado algunos el grupo como reacción? ¿Y cuántos se abstuvieron en adelante de participar, al menos hasta haber asimilado mejor el modo de funcionamiento del grupo? ¿O serán relatos como el de D. G., el 29 de julio de 2013, contando (en respuesta al tema) un momento memorable de su participación en el grupo, la regla y no la excepción? «Alguien comentó “¡Pescado!” y yo respondí “ja ja”. Algunos *likes* y *puff*, mi publicación desapareció. Pensé, “¡esta es una panda de locos, no vuelvo más!” Y volví al día siguiente. Y el siguiente. Y el siguiente [...]» (D. G., 2013: s.p.).

Enumeremos todas las posibilidades. Para los miembros, es posible ser un no-participante o *lurker* (o incluso no-observador, si no consulta con frecuencia el grupo), participar (lo que presupone la aceptación de las reglas), o incluso abandonar la «iglesia» – una actitud neutra, una positiva y una negativa –, pero en cualquiera de los casos las reglas se mantienen intactas, aunque nada impide que se haga uso de otros mecanismos, como el recurso a los comentarios, para proponer formas

¹⁹⁷ José Reis, loc. cit.

¹⁹⁸ José Reis, loc. cit.

¹⁹⁹ Aunque se pueda decir que «la aplastante mayoría [de las declaraciones de invalidez y necesidad de eliminación] es aceptada. [De todas formas] De vez en cuando hay discusiones, [...] que a veces deben ser resueltas con suspensiones.» (José Reis, loc. cit.)

alternativas de funcionamiento. Además, pudimos observar (como ya se ha mencionado), en los meses más recientes en que se alcanzaron las cifras de 4000 y después de 5000 miembros, una progresiva insistencia en el cumplimiento de la regla 4 (identificación de la fecha, del tema, del título de la canción y del artista, y a veces de otros elementos), que de facultativa *de jure* se convirtió prácticamente en obligatoria *de facto*.

En el caso de los administradores, la actitud neutra se traduce en la no intervención, y la positiva en la aprobación (más tácita o más explícita) de un *post* (nótese la diferencia entre un *like* o un comentario aprobador de un «obispo», que tiene ese poder de sanción, y el mismo acto en el caso de un usuario común). Hay con todo dos tipos posibles de acciones negativas: advertir (y esperar a que la publicación sea voluntariamente retirada, o hacerlo si esa advertencia no se tiene en cuenta), pero también el poder discrecional de suspender temporalmente o en el límite eliminar miembros del grupo. Es por ello revelador que, en el momento en que se escriben estas líneas, se esté discutiendo en «El Sínodo» la introducción de una quinta regla que, aunque por motivos pragmáticos, les confiere mayor poder en los casos conflictivos,

Propuesta [...] para acabar con discusiones interminables sobre suspensiones y expulsiones, y será algo así: [...] El incumplimiento reiterado de las reglas o de las instrucciones de los administradores (principalmente en cuanto la validez o invalidez de los *posts*), así como cualquier comportamiento que demuestre claramente una falta del debido respeto a cualquier miembro, pueden determinar, después de un primer aviso, la suspensión o expulsión liminar (o sea, sin más explicaciones). (Reis, 2013, información verbal, via *chat* de Facebook, 31 julio)²⁰⁰

La Actividad de los Miembros como Demostración de Capital Social

Si es notorio este desequilibrio de estatus entre miembros comunes y administradores – que en otros grupos puede ser sólo potencial pero que aquí es estructurador –, ¿qué puede llevar un simple miembro a participar?

²⁰⁰ De todos modos nótese, y reforzando el carácter puramente pragmático de esta regla, que el énfasis parece recaer en la segunda mitad de su redacción – el comportamiento que llamaríamos antisocial, en el límite tomando la forma de *trolling*, de algún miembro. Como subraya José Reis, «ha habido algunas, y siempre por el mismo motivo: personas que no cumplen las reglas y que acaban por ser maleducados con otros miembros o administradores [...] en los últimos días hemos tenido una novedad: un supuesto “grupo” que se apoyaba mutuamente, pero que por lo visto estaba constituido casi íntegramente por la misma persona usando una serie de perfiles falsos. Fueron todos eliminados.» (Reis, loc.cit.).

Hay una respuesta tan obvia que casi se hace innecesario enunciar: es un grupo de melómanos, y es esa pasión por la música, aunque en diferentes grados, la que confiere cohesión, del núcleo fundador a los miembros más inactivos, pasando por los restantes «obispos» y «hermanos» más o menos asiduos, muchos de ellos también músicos profesionales o aficionados, periodistas de música, locutores de radio, etc.²⁰¹ Es más, antes de que el grupo tuviera notoriedad alguna²⁰², el número de miembros crecía tanto por adición directa (e inmediata) de un administrador, como por el ‘boca a boca’ llevando a peticiones de adhesión o propuestas por parte de miembros ya registrados (en estos casos sujeta a confirmación «obispal»). En cualquiera de estas situaciones – y al contrario de otras –, es de sentido común no añadir a todos nuestros contactos, sino sólo a aquellos que sabemos comparten preferencias musicales por lo menos en parte compatibles. Si además hablamos de «pasión por la música», debemos todavía afinar un poco la definición, clasificándola, aunque no haciendo una restricción total, de *rock* y *pop*, con especial inclinación hacia el género alternativo/independiente. Todavía hoy, sólo con estar atento a las publicaciones que tienden a ser más comentadas positivamente, y conociendo un poco la música alternativa de los últimos veinte o treinta años, comprobamos que existe un patrón de gustos que refleja –incluso siendo inaccesibles los registros anteriores al 20 de abril de 2011, como será mientras tanto explicado – el «núcleo duro», en términos tanto cronológicos como organizativos, del grupo. Lo confirma su creador:

Claro que las cosas cambian, pero hasta entonces han sido manejables. Dejó de ser un grupo de amigos que se conocen todos y entra todos los días gente que no sabemos quién es ni de dónde viene, y que no siempre respeta las reglas y a los demás. En cuanto al género, se mantiene sobre todo en la onda del indie-cualquier cosa, pero como probablemente notarás es muy raro que alguien haga comentarios despectivos (sin ser de broma, claro) a los *posts* ajenos. (Reis, 2013, información verbal, via *chat* de Facebook, 31 de julio)

²⁰¹ No entra en los objetivos de este artículo, pero sería relevante una caracterización demográfica (y especialmente socio-profesional) de los miembros. Al menos este dato sobre miembros que también son músicos puede ser confirmado de forma inequívoca, dado que entre el 19 y el 20 de Abril de 2013 se organizó un festival de música (O Phestival) en Oporto -ciudad de origen de la mayoría de los miembros fundadores- en el que los grupos y artistas participantes tenían que ser todos miembros da IUFBLMUD.

²⁰² De su existencia casi exclusiva en Facebook, el grupo pasó a tener, el 14 de Febrero de 2013, una sección quincenal, entre tanto interrumpida, en un programa de la red nacional Antena 3, aunque en un horario tardío. La notoriedad aumentó con ocasión del festival de música, cuya organización hizo que fuera mencionado en diversos medios de comunicación social. Estas dos formas de exposición, con prevalencia de la segunda, habrán contribuido muy probablemente a que se alcanzara la cifra de 4000 miembros durante la celebración del festival. Cf. entre otras fuentes posibles, «?Phestival?, la Fiesta de una “Iglesia” Musical en Facebook» (Lusa, 2013).

Esa clasificación (principalmente en la onda de lo indie-cualquier cosa) es por sí misma un paso más allá en la constatación de lo obvio: no se trata sólo de disfrutar de la música; se trata – a pesar de la inevitable masificación y dilución de ese «espíritu originario» a medida que los miembros pasan del orden de las centenas a los millares – de disfrutar de un cierto tipo de música²⁰³, incluso cuando ésta no coincide con las preferencias de la mayoría (fuera del grupo, entiéndase), y de demostrarlo ante sus iguales a través de la pertenencia a la IUFBLMUD, y preferentemente también a través de la participación más o menos activa. Poco importa si estamos o no ante una «comunidad»²⁰⁴ en el pleno sentido de la palabra: basta que los miembros se sientan integrados para que ésta, muy performativamente, se materialice como «representación de comunidad», o, siguiendo una propuesta ya clásica (Benedict Anderson, 1983, apud Acquisti & Gross, 2006), como «comunidad imaginada».

Sobre ese potencial de integración (evitemos considerarlo algo derivado de una necesidad psicológica) y sobre el modo en que redes sociales como Facebook permiten darle respuesta, existen ya estudios suficientes, aunque con algún déficit en relación al caso específico de los «grupos». Un artículo ya clásico – si es que el adjetivo se puede adecuar a algo publicado sólo en 2008 – es la introducción de Danah Boyd y Nicole Ellison al número 13 del *Journal of Computer-Mediated Communication* (boyd & Ellison, 2008). Surge ahí una de las definiciones más consensuadas de *Social Network Sites*, cuyo enunciado evitaremos repetir, prefiriendo antes examinar una sutil y relevante distinción que realizada más tarde: entre las palabras *network* y *networking*, hasta el momento muchas veces usadas de forma intercambiable, las autoras optan sólo por la primera opción, pues *networking* sitúa el énfasis en el establecimiento de nuevas relaciones. En contrapartida, *network* asume que – incluso tratándose de una regla repleta de excepciones – esas relaciones ya existen en la vida «real», siendo tan solo transportadas al universo *online*.

On many of the large SNSs, participants are not necessarily 'networking' or looking to meet new people; instead, they are primarily communicating with people who are already a part of their extended social network. (Boyd & Ellison 2008: 211)

²⁰³ O incluso de publicar algo que no nos gusta, sólo porque cumple el tema, muchas veces habiendo un reconocimiento explícito de que la elección está lejos del patrón de lo esperable.

²⁰⁴ Concepto demasiado resbaladizo si queremos darle un sentido científico y objetivo, a pesar de su tradición sociológica. Es relevante que también aquí –confirmando décadas de estudios sobre comunidades *online*- sean promovidas convivencias *in real life* como cenas o el ya mencionado festival de música. La creación, en julio de 2013, de una asociación con personalidad jurídica, con unas siglas en que sólo la I inicial cambia a una A (de Asociación), para la promoción de otros eventos, parece ser una señal más de esa saludable promiscuidad entre lo *offline* y lo *online*.

Aceptemos, aunque sea sólo como instrumento heurístico, esta separación, asumiendo por tanto que la situación más común en Facebook es aceptar como contactos a personas que, mejor o peor, conocemos fuera de la *web*²⁰⁵, principalmente porque, al contrario de Twitter, basado en la premisa de «seguir» determinados perfiles, aquí se exige una confirmación recíproca.²⁰⁶ Con todo, y es eso lo que importa ahora argumentar, en el caso de los grupos esta premisa es suspendida, siendo necesaria solamente la aprobación de un administrador. De entre las múltiples formas de interacción posibles en esta red social, ésta se aproxima a la que tiene lugar entre «amigos» pero prescindiendo del conocimiento mutuo: la pertenencia al mismo grupo, aunque condicionada por aquello que lo define como tal, permite poner en contacto individuos que no se conozcan previamente, y que pueden no tener contactos en común. Como se afirma más arriba, la «iglesia», aunque comenzara como un juego entre conocidos, «dejó de ser un grupo de amigos que se conocen todos», resultado en cierta forma inevitable, a no ser que se hubiera definido como un grupo secreto, o se hubiera sido demasiado estricto en la aceptación de nuevos miembros, o incluso si la temática no fuera algo con una aceptación tan generalizada como es el caso de la música *pop-rock*²⁰⁷. En una frase, la «network» también sirve para el «networking».

En otro artículo relevante para una primera aproximación a un acercamiento de los «usos y gratificaciones» de Facebook, *Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook*, de Adam Joinson (2008)²⁰⁸, son enumerados los motivos potenciales para hacer una visita regular a los *sites* de redes sociales, que van desde el apoyo emocional (principalmente por el restablecimiento de contactos pasados, caso de los ex-compañeros) a la búsqueda de información (principalmente sobre nuevos contactos con quien establecemos conocimiento *offline*), y el llamado *stalking* pero en una versión atenuada, esto es, mantenerse actualizado de la actividad de los otros contactos. Pero sobre todo, las redes sociales se usan para el *keeping in touch*: la prolongación de las típicas formas de interacción social, pero traspasadas a un medio omnipresente, y que permite bien el contacto simultáneo bien diferido. Aunque el artículo contemple actividades como el uso de aplicaciones (juegos, cuestionarios, etc.) o compartir fotografías, nos encontramos con una laguna

²⁰⁵ Un interesante estudio que indirectamente refuerza nuestra creencia es *How Lonely People Use and Perceive Facebook*, del autor Borae Jin, que pretende demostrar que el estado de soledad no es compensado con una mayor interacción *online*, lo que podría ser denominado como efecto *poor get richer*. En lugar de eso, el efecto que se comprueba es más el de *rich get richer* (Cf. Jin, 2013: 2464).

No habiendo aquí oportunidad de describir la compleja metodología usada en ese estudio, nos quedamos de todos modos con la correlación encontrada, que es compatible con la presuposición de que las redes de contactos *online* son una prolongación de las físicas.

²⁰⁶ Esta afirmación no es ya totalmente verdadera, pues a partir de Septiembre de 2011 pasó a ser posible seguir los perfiles individuales que lo hayan autorizado, prescindiendo de esa reciprocidad, y lo mismo ocurre en el caso de las páginas institucionales, en las que un *like* equivale a seguir las correspondientes actualizaciones.

²⁰⁷ También el *jaz*, la música culta y otros géneros aparecen en las «listas» diarias, aunque con menor peso.

²⁰⁸ Cf. Ellison; Steinfield, & Lampe, 2007; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Park; Kee & Valenzuela, 2009

cuando se trata de describir la actividad en los grupos, donde la probabilidad de interacción con individuos fuera de la red de contactos generalmente se potencia.²⁰⁹

Aun así, una expresión que gana importancia en el momento de análisis y discusión de los datos – «capital social» – merece ser retomada. Es lo que hacen Cheung *et al.* (2011), en el artículo *Online Social Networks: Why do Students Use Facebook?*, que la incorporan en un análisis sustentado también en el modelo de los usos y gratificaciones,²¹⁰ y que complementan con la oposición entre una *I-intention* (intención para actuar basada en motivos esencialmente individuales) y una *we-intention* (cuando los motivos radican, aunque en diferentes grados, en la percepción de una pertenencia a un colectivo, esperándose que la acción, entre otras finalidades posibles, refuerce positivamente esa misma percepción). Sin entrar en pormenores metodológicos o conceptuales, puede decirse que lo más importante es ese *loop* de refuerzo: la participación y el cumplimiento de las reglas que la condicionan tienden a ser mayores cuanto mayor es la identificación con las características definidoras del grupo,²¹¹ y esa acción, excepto si es sancionada negativamente, conduce a que el individuo se identifique todavía más y por tanto participe más, etc.

Esto ya es suficiente para que, incluso en ausencia de un análisis empírico más profundizado – que podrá aun así realizarse en un contexto de investigación más amplio–, lancemos la hipótesis de que esa *we-intention*²¹² es la motivación fundamental para la participación en el grupo de la IUFBLMUD. Descubrir que el grupo existe y unirse a él, o mejor todavía, ser invitado por otro miembro, induce en el nuevo participante una imagen de sí mismo hipotética de que, perteneciendo al grupo, posee alguna afinidad con éste y con sus miembros.²¹³ Y eso es una invitación a la participación. Pero debemos ir todavía más lejos con ese concepto de «capital social», devolviéndole la *I-intention*. Tal como con cualquier tipo de capital, su existencia solo es ratificada por los otros, y por tanto carece de cualquier tipo de visibilidad. Esto es, yo no me limito a actuar conforme a los principios y reglas del grupo para identificarme con él; lo hago también porque eso me permite ser reconocido entre los «semejantes»... aunque entre esos semejantes haya una diferencia entre miembros regulares y administradores.

²⁰⁹ El hecho de tratarse de un estudio de 2008 –momento en que predominaban las aplicaciones y estaban en crescendo los álbumes de fotos, pero los grupos todavía se encontraban en un estadio algo rudimentario– explica en parte esta ausencia.

²¹⁰ Además, aunque con una tendencia todavía más psicologizante, en la medida en que se centra en el concepto de autoestima. (Zywica & Danowski, 2008, *pássim*; Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009, *pássim*).

²¹¹ Nótese que aquí los autores - y nosotros, por fuerza de argumento- hablan de «grupo» en el sentido sociológico, haya o no una forma de delimitarlo y de discernir entre miembros y no miembros. Ahora, cuando es posible hacerlo, como en el caso de los «grupos» (en el sentido restringido y técnico) de Facebook, creemos que la afirmación adquiere todavía mayor pertinencia.

²¹² Que además lo consideramos un concepto mucho más operativo que el de «comunidad».

²¹³ Sobre esta construcción de identidad, Cf. Zhao; Grasmuck, & Martin, 2008.

Añádase a eso dos posibilidades inscritas en el «código» de Facebook, los *likes* y los comentarios, y tenemos lo que parece ser la fórmula perfecta.

Esta es una hipótesis cuantitativamente comprobable aunque hayamos optado por no hacer de ella el centro de análisis ni examinar minuciosamente todas las variables. Expliquemos entonces muy sucintamente el criterio de recogida y el tipo de datos. Al no ser posible recuperar el registro de los *posts*²¹⁴ anteriores a esa fecha – el día a partir del cual se consigue contabilizar el número de publicaciones es el 20 de abril de 2011, y por tanto hicimos el recuento todos los días 20 de cada mes²¹⁵ hasta el 20 de Abril de 2013²¹⁶. Además del recuento de *posts*, contamos también los que poseían mayor número de *likes*. Más concretamente: mirando los *posts* más apreciados, cada día de la demostración estudio, ¿cómo se tradujo en términos numéricos esa apreciación?²¹⁷

Sin ser sorprendentes, los resultados nos hacen una revelación algo inesperada. Si recordamos los marcos numéricos de la evolución del grupo²¹⁸, e incluso faltando el registro del día en que se alcanzaron los 2000 miembros, esto debió (interpolando las fechas de los 1000 y de los 3000) ocurrir cerca del primer día de nuestro estudio, antes o después. Tenemos por ello, en esos 25 meses, un periodo significativo en la vida de la «Iglesia» durante el cual creció de cerca de 2000 a 4000 miembros -esta última cifra coincidiendo con el último día de nuestro estudio. Una simple relación lineal llevaría entonces a suponer que el número de publicaciones creció de forma más o menos proporcional; aun así – y esta es la sorpresa – el número de *posts* válidos se mantuvo prácticamente constante a lo largo del periodo en cuestión.²¹⁹ Hay algunos picos por encima de las 200 publicaciones (218 en mayo de 2011, 221 en julio, 205 en septiembre, y después sólo 216 en junio de 2012, y 201 en abril de 2013), y de la misma forma hay algunas «caídas» notables (123 en abril de 2011, 78 en agosto, 76 en julio de 2012 y 93 en diciembre), pero además casi siempre valores entre 125 y 175, ligeramente por encima de lo que el propio José Reis afirmara sin esos datos más

²¹⁴ Usando la aplicación referida. Cf. nota 20 de este capítulo.

²¹⁵ Aquí podrá desprenderse algún error de muestra, dado que no estamos siendo estrictos en cuanto al día de la semana. Pero, ayudándonos del hecho de que cada día de la semana sucede entre 3 e 4 veces en esta demostración/estudio de 25 meses, buscábamos identificar variaciones significativas agrupando los datos por días de la semana, y esto no se encontró. Esto es, aunque el mes parezca influir el número de publicaciones (como veremos en el cuerpo de texto), tal cosa parece no ocurrir según el día de la semana.

²¹⁶ Evitaremos por eso, siempre que no sea necesario, mencionar el día 20, haciéndolo sólo con el mes.

²¹⁷ Sería también relevante el número record de comentarios por día, pero un *bug* en la aplicación no permitió hacerlo, devolviendo siempre el valor cero.

²¹⁸ Cf. José Reis, nota no. 7.

²¹⁹ Es más, si quisiéramos ser todavía más precisos, en verdad hasta disminuyó ligeramente, con una «línea de cadencia» disminuyendo de los cerca de 170 *posts* diarios a poco menos de 150, y con el número de *likes* de la publicación más «votada» siguiendo una tendencia similar. Aunque esta constatación de descenso pueda resultar de un error de muestra, y aun así es bastante seguro afirmar que no hubo crecimiento.

concretos, “diría que hay unas 100 personas que postean todos los días, pero no pasa de una vaga idea” (Reis, 2013, información verbal, vía *chat* de Facebook, 31 de julio).

El número más alto de *likes* para cada uno de esos 25 días de demostración tiende, aunque con muchos desvíos, a seguir tales subidas y descensos. De media, en un día con 150 publicaciones, la más apreciada tendrá cerca de 60 *likes*, esto es, un ratio de 40%, aunque se encuentren relaciones por encima del 50% (83 para 162, en junio de 2011) o casi llegando al 25% (40 para 159, en marzo de 2013). En cuanto a las fluctuaciones entre picos y valles, son también demasiadas las variables para que sea legítimo adelantar un modelo explicativo, aunque no falten posibilidades parciales: el mes (un ligero descenso durante las vacaciones de agosto, por ejemplo), la dificultad del tema, la existencia de otros focos de atención, por ejemplo de carácter informativo, que hagan que no se consulte el grupo, etc.

Pero el descubrimiento esencial es esa reducida variación «macro temporal» en el número de publicaciones diarias, lo que, en lugar de demostrar una relación entre el aumento del número de miembros del grupo (que, repetimos, se duplicó en el periodo en cuestión) y la respectiva actividad, nos obliga a imaginar, dentro de un cuadro coherente con las hipótesis conceptuales anteriores, una explicación para un estancamiento en la actividad a pesar del crecimiento nominal.

Ese intento de explicación no es otro que la vieja distinción entre *lurkers* y miembros activos, que se remonta por lo menos al tiempo de los BBS, o *Bulletin Board Systems*. La disposición para actuar y participar parece ser invariablemente minoritaria²²⁰. En los primeros tiempos de existencia de esta «iglesia», al igual que ocurre con muchos otros grupos, la «minoría» estaba sobre representada, siendo mayoría dentro del grupo, e incluso, como recuerda José Reis más arriba, dos de los fundadores casi nunca participaron. La minoría se revela a medida que nuevos miembros (e incluso nuevos administradores) van llegando. Con 2000 miembros, una media de 170 *posts* diarios (8,5%, que subirían un poco si fuese posible aislar los miembros más asiduos y después sumarlos a una ‘población fluctuante’ que publica con cierta irregularidad); con 4000 o incluso 5000 miembros, una estimación optimista apunta a unos 160 *posts* al día (4% en el primer caso, 3,2% en el segundo). No es tanto que el desinterés se haya instalado, aunque las estadísticas revelen que también ocurrió eso; sería más correcto decir que el grupo fue aumentando hasta el punto de llegar aquellos que, independientemente de su pasión por la música, poseen la famosa característica de la mayoría: son silenciosos.

²²⁰ Una interesante propuesta de modelo de explicación del grado de ‘compromiso’ de los usuarios de una red social (o, por analogía, de alguno de sus servicios) aparece en “Cultural Differences, Experience with Social Networks and the Nature of ‘True Commitment’ in Facebook” (Vasalou; Joinson & Courvoisier, 2010). Parece aun así presuponer, al contrario de nuestra observación, que el tiempo es la variable más relevante.

Una Conclusión sin Apocalipsis

Sería un abuso científico intentar enunciar una conclusión cuando nada está concluido. El grupo continúa activo, y a pesar de la aparente aunque muy ligera desaceleración no hay indicios de que se trate de la entrada en una fase de declive. De la misma forma, el carácter muy preliminar de los elementos recogidos – poco sistemático en el caso del componente (n) etnográfico y superficial en el caso de los datos estadísticos - anuncia más la necesidad de que la investigación continúe, casi un imperativo si recordamos la escasez en la literatura académica acerca de determinadas funcionalidades en las redes sociales, como los grupos y las páginas institucionales.²²¹

Nos limitamos por eso a abarcar los dos extremos -o mejor, las dos ‘extremidades’- que merecieron alguna relevancia en las páginas anteriores, intentando entrelazarlos en un nudo corredizo que remate este artículo. Por un lado, los diferentes grados de participación por parte de los miembros, del estado de casi indiferencia a la participación más efusiva. Por otro, y sin olvidar que también ellos son miembros del grupo, las tareas de administración de los «obispos», intentando un equilibrio entre el despotismo y la anarquía. Entre ambos extremos, todo un conjunto de imponderables que no son más que señal de la vitalidad del grupo. Del mismo modo que fue necesaria una cuarta regla, tal vez brevemente se introduzca la quinta, para impedir la eclosión de *flame wars* y prevenir por medio de la disuasión la necesidad de medidas sancionadoras como suspensiones y expulsiones... o tal vez facilitarlas.²²² O, en un registro casi opuesto, la necesidad de nombrar nuevos administradores, lo que, más que una especie de ascenso por buen comportamiento,²²³ permite que el grupo conserve su ritmo incansable de actividad, con temas que parecen no agotarse aún pasados, si se nos permite un vocabulario tan apocalíptico como los «Últimos Días» a los que esta singular «Iglesia» se refiere, más de 1260 días y más de 1260 temas diferentes.

²²¹ E incluso esas han sido fundamentalmente analizadas en la perspectiva del *marketing* y de la comunicación estratégica (productos y marcas, partidos y candidatos políticos, etc.), algo que tuve oportunidad de confirmar en mis funciones de orientador o de tribunal de master. Menciono, sin cualquier preocupación de rigor, pues en esta nota a pie de página está en cuestión la proximidad y no la relevancia, una disertación de Tatiana Albino sobre marcas en Facebook (Albino, 2012), y otra, de Cláudia Gonçalves, sobre campañas políticas en esta plataforma (Gonçalves, 2013).

²²² Dice José Reis sobre las *flame wars*: “Mi opinión personal es que en la mayor parte de los casos las personas quieren atención, y cuanto más atención se les dé peor; por tanto raramente pierdo tiempo con eso. Si alguien no cumple o es mal educado, se le castiga algunos días” (información verbal, vía *chat* de Facebook, 31 de julio de 2013).

²²³ Aunque también lo sea. Dice José Reis, explicando las razones para el nombramiento de nuevos «obispos»: «porque de necesitamos más gente [...], o para recompensar a quien muestre especial empeño por la causa [...]. Intentamos siempre que sea gente que está en el grupo desde hace bastante tiempo, participa asiduamente, tiene buen criterio y tiene buen rollo». (Reis, loc. cit.)

Referencias Bibliográficas

- A.B. (2012). *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], 17 Noviembre, disponible: <http://www.facebook.com/groups/228544121320/permalink/10151294315526321> [Acceso 31 Julio 2013].
- Acquisti, A. & Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. En: Danezis, G. & Golle, P. (eds.) *Privacy Enhancing Technologies. Lecture Notes in Computer Science*. Berlin/Heidelberg: Springer, pp. 36-58.
- A.A.F. (2013). *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], 29 Julio, disponible: <http://www.facebook.com/groups/228544121320/permalink/10151763045216321> [Acceso 31 Julio 2013].
- Albino, T. (2012). *Presença e Personalidade das Marcas nas Redes Sociais: A Samsung Portugal no Facebook*, 69p. Disertación (Maestría en Ciencias de la Comunicación), FCSH-UNL, Lisboa.
- Barlow, J.P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. [Online], disponible: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> [Acceso 20 Junio 2013].
- boyd, d.m. & Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, pp. 210-230.
- Cheung, C.M.K, Chiu, P-Y & Lee, M.K.O. (2011). Online Social Networks: Why do Students Use Facebook? *Computers in Human Behavior*, vol. 27, no. 4, pp. 1337-1343.
- D.G. (2013). *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], 29 Julio, disponible: <http://www.facebook.com/groups/228544121320/permalink/10151763156716321> [Acceso 31 Julio 2013].
- Da Silva, et al. (s.d). Regras. In: *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], disponible: <https://www.facebook.com/groups/228544121320/doc/10151172797776321>. [Acceso 31 Julio 2013].
- Dery, M. et al. (1994), (eds.). *Flame Wars: The Discourse of Cyberculture*. Durham (NJ): Duke University Press.
- Ellison, N.B.; Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites., *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, no. 4, pp. 1143-1168.
- Facebook (s.d). What are the privacy options for groups? *Facebook, Help Centre*. [Online], disponible: <https://www.facebook.com/help/220336891328465#What-are-the-privacy-options-for-groups> [Acceso 20 Julio 2013].
- Gonçalves, C. I. S. (2013). *A Influência da Rede Social Facebook na Decisão de Voto*, 122p. Dissertación (Maestría en Ciencias de la Comunicación), FCSH-UNL, Lisboa.
- Jin, B. (2013). How Lonely People Use and Perceive Facebook. *Computers in Human Behavior*, vol. 29, no. 6, pp. 2463-2470.

- Joinson, A.N. (2008). Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Use of Facebook. En: ACM SIGCHI (ed.). *Conference on Human Factors in Computing Systems*, 26th, April 5-10. Florence: ACM SIGCHI, pp. 1027-1036.
- Lessig, L. (2001). *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*. New York: Random House.
- Luhmann, N. (1982). Interaction, Organization, and Society. En: *The Differentiation of Society*. New York: Columbia University Press, pp. 69-89.
- Lusa. (2013). “Phestival”, a Festa de uma “Igreja” Musical no Facebook. *P3, Cultura*. [Online], 18 Abril, disponible: <http://p3.publico.pt/cultura/mp3/7544/quotphestivalquot-festa-de-uma-quotigrejaquot-musical-no-facebook> [Acceso 20 Julio 2013].
- MacKinnon, R. (1992). *Searching for the Leviathan in Usenet*. 93p. Disertación (Maestría en Arte), San José State University, California. [Online], disponible: http://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1475&context=etd_theses [Acceso 20 Julio 2013].
- M. E. (2013). *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], 19 Marzo, disponible: <http://www.facebook.com/groups/228544121320/permalink/10151538991836321> [Acceso 31 Julio 2013].
- M.P.T. (2003). *Igreja Universal dos Fazedores de Bonitas Listas Musicais dos Últimos Dias*. [Online], 29 Marzo, disponible: <http://www.facebook.com/groups/228544121320/permalink/10151546529671321> [Acceso 31 Julio 2013].
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, vol. 42, no. 5, pp. 837-855.
- Park, N.; Kee, K.F. & Valenzuela, S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 12, no. 6, pp. 729-733.
- Pempek, T.A.; Yermolayeva, Y.A. & Calvert, S.L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, vol. 30, no. 3, pp. 227-238.
- Raacke, J. & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 11, no. 2, pp. 169-174.
- Stone, A.R. (1996). *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge (MA): The MIT Press.
- Wikipedia, The Free Encyclopedia (s.d.). Tutti Frutti (song). [Online], 18 Abril, disponible: [http://en.wikipedia.org/wiki/Tutti_Frutti_\(song\)#Original_recording_by_Little_Richard](http://en.wikipedia.org/wiki/Tutti_Frutti_(song)#Original_recording_by_Little_Richard). [Acceso 20 Julio 2013].
- Vasalou, A. Joinson, A.N. & Courvoisier, D. (2010). Cultural Differences, Experience with Social Networks and the Nature of ‘True Commitment’ in Facebook. *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 68, no. 10, pp. 719-728.
- Zhao, S. Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, vol. 24, no. 5, pp. 1816-1836.

Zywica, J. & Danowski, J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14, no. 1, pp. 1-34.

Capítulo 12

Una crítica de la economía de la información en la era de los medios digitales

José Luis García

Introducción

Entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX ocurrió un proceso de grandes transformaciones que envolvió una explosión de urbanización, el surgimiento de nuevas industrias, la constitución de mercados nacionales, movimientos migratorios masivos y nuevas vías y medios de transporte a escala nacional e internacional. Como supo mostrar Robert Park (1923), en su célebre artículo sobre la ‘historia natural de los periódicos’, aquellos acontecimientos estuvieron estrechamente ligados a otro cambio – el paso de la prensa doctrinaria, con pocos lectores, para los periódicos con noticias y publicidad, que mostraron tener capacidad para dominar la información y se tornaron un poderoso intermediario social. Hay aun que enfatizar que, en las sociedades agitadas por esta dinámica, muchos aspectos de la vida económica, cultural y social se conformaron a la lógica del mercado y de los valores mercantiles.

Las mutaciones referidas pueden ser consideradas un preámbulo de las metamorfosis que irrumpieron en los albores del siglo XXI y que dieron origen a las llamadas ciudades globales, a la mundialización de dimensiones completas de la economía, a la reestructuración de la actividad económica a través de la desregulación de las economías nacionales y el concurso de un nuevo tipo de actividad científica, la tecnociencia en el interés privado. Esta tecnociencia estuvo en la base de la formación de nuevas esferas de negocio, como el ciberespacio y los biomercados. La remodelación del contexto comunicacional de esta, hecha por vía de lo que se tiene apodado de revolución digital, creando vastas redes de información que ligan individuos, empresas, entidades políticas y Estados, aparece nuevamente como factor de relieve. Nótese que el acceso de más de un tercio de la población mundial al Internet tornó ese medio, en pocos años, en la más global de las tecnologías de la información y comunicación de la historia. La internacionalización del último siglo aglutina una

mezcla compleja de intereses económicos y de ideas bien intencionadas. A lo que quedó dicho importa añadir que gran parte de la dinámica tecnológica del siglo XX cohabitó con el desarrollo de los mercados y del comercio mundial. Colocando en el centro las nuevas tecnologías de la información, este texto busca ofrecer una breve interpretación crítica del proceso que, en los umbrales del siglo XXI, ha estado revolviendo la economía, la tecnología y la comunicación.

De la idea de sociedad de información a la capitalización del conocimiento

La transformación de las últimas décadas ha generado interpretaciones basadas en la concepción de que estamos en los umbrales de una era de información y comunicación impulsada por máquinas inteligentes. Pero un apunte, aunque sumario, de esta idea puede retroceder a la década de 1940 y destacar la visión pionera de Norbert Wiener, matemático norteamericano y padre de la cibernética. Wiener (1950 apud Breton, 1992) pensó la comunicación como un elemento fundamental de la definición del ser humano y un dispositivo de transformación de la sociedad. Basado en la concepción, deudora del legado de la ‘máquina de Turing’, de que la inteligencia es fundamentalmente un medio de manejo e intercambio de información, Wiener usó estas nociones para describir toda la actividad inteligente y toda la interacción social. Para Wiener (1950 apud Breton, 1992), la comunicación se reviste del papel de gestora de la vida común y los conflictos son provocados por problemas de orden informacional. En su ‘sociedad de la comunicación’, la información circula sin barreras, ya sea de poder o de dinero, impidiendo el embargo o el secreto, la desigualdad del acceso y la transformación de la información en mercancía, constituyendo así un medio de resolución de las tensiones, del estímulo a la división y eliminación de los desordenes humanos. Racionalidad y transparencia serían los ideales de esta sociedad. El imaginario utópico de esta visión de la comunicación ha sido muy cuestionado por varios autores (ver en particular Breton [1992]), que desnudan la promesa de una nueva sociedad basada en fundaciones mecanicistas y en la ficción que alrededor de ellas se establece.

Vale la pena destacar que la idea de sociedad de la comunicación encontró también eco en la prospectiva del sociólogo Daniel Bell, en las obras *The End of Ideology* (1960) y *The Coming of Post-Industrial Society* (1973), donde él teorizaba una alteración estructural de las sociedades occidentales. El cuadro conjetural propuesto por D. Bell preveía la expansión rápida del sector de los servicios y la valorización por el mercado de las competencias teóricas y técnicas, aspectos definitorios de un nuevo orden en la organización del trabajo y de la producción. Es a este nuevo orden económico y social, que despuntó lentamente en la posguerra, que el concepto de ‘sociedad posindustrial’ procuró traducir. Bell (1960) diagnosticó el ‘fin de la ideología’, como característica central de la sociedad

posindustrial, donde las ‘doctrinas organizacionales’ de gestión social asumirían un papel regulador. El prefijo ‘pos’ significaba que la sociedad naciente estaba por observar una ruptura, aunque parcial – porque preservaba trazos residuales – de frente a la estructura precedente.

Recordando Bell (1973), en la sociedad preindustrial, la vida era un juego contra la naturaleza, donde el individuo trabajaba en la base de su potencia muscular; en la era industrial, la maquina predominaba, la existencia era técnica y racionalizada, y la vida un juego contra la naturaleza fabricada; en la sociedad posindustrial, el juego ocurriría entre los individuos en un contexto donde iría a predominar una panoplia de servicios informáticos, financieros, de formación profesional, de *marketing*, consultoría y gestión, auditoría, etc. Se insinúa así la desmaterialización del proceso de acumulación y la correlativa importancia de factores intangibles como la información y el conocimiento. Bell convergió con la idea de ‘economía de la información’ desarrollada por los economistas Machulp (1962) y Porat (1977), quienes diagnosticaron en la economía estadounidense la emergencia de un nuevo sector, cuaternario, direccionado para la formación y oferta de información al mercado. Si, hasta la década de 1980, la ideología económica dominante enfatizaba la capacidad productiva, sobre todo industrial, con la inversión en capital fijo, en la interpretación dominante de las economías posindustriales, el énfasis pasó a ser colocado en el proceso de adquisición y gestión de conocimiento, asociado a la gestión de la información. Para describir este principio motor de la nueva economía, donde la innovación técnica y científica, así como la innovación en políticas sociales, es fundada sobre la codificación de conocimientos teóricos, fue introducida la noción de ‘sociedad del conocimiento’ (retomada, por ejemplo, por Stehr, 1994; Dunning, 2000), que es generalmente usada como sinónimo del concepto ‘sociedad de la información’.

La década de 1970, que comienza marcada por el choque de la crisis petrolera de 1971-1973, señala también el inicio de un ciclo de prosperidad – prosperidad esa, vale destacar, que irá a ocurrir en simultaneo con los primeros movimientos de inversión de la tendencia del último siglo para mayor igualdad de distribución de rendimiento. La quiebra del régimen fordista condujo los gobiernos occidentales a recurrir a las nuevas tecnologías como medio de reanimación del capitalismo debilitado. Es por esta altura, en cuanto se consolida la competencia económica y geopolítica entre los Estados Unidos de América, la Unión Europea y Japón, que se vendría a destacar la utilización de la idea de sociedad de la información, a través del trabajo de Yonegi Masuda (1980), que la presenta en su forma utópica más pura. Para Masuda, los sistemas anteriores de la tecnología innovadora habían estado siempre enfocados en el poder productivo material, pero se anunciaba ahora un nuevo tipo de sociedad humana, cuya fuerza matriz sería la producción de valores de información y no de valores materiales. Si la primera revolución industrial se había combinado al espíritu del renacimiento, al humanismo y al materialismo para concretizar una sociedad orientada al consumo de masas,

Masuda (1980) postula que la nueva revolución informacional sería coherente con un nuevo pensamiento holista, que valorizaría la simbiosis entre las comunidades, la sinergia humanos-máquinas y una nueva espiritualidad para producir la nueva sociedad de creación y de conocimiento de masas. El espíritu de la sociedad de la información sería el espíritu del globalismo, en que el hombre y la naturaleza vivirían en armonía, consistiendo éticamente en auto-disciplina estricta y contribución social. Esta nueva sociedad sería atravesada por movimientos comunitarios voluntaristas que utilizarían las nuevas tecnologías en nombre de aspiraciones de autonomía y de auto-desarrollo individual y colectivo. Como se puede constatar fácilmente, aunque las estrategias financieras ocupen ahora el primer plano, la globalización tiene una fuente idealista ligada al sueño de un planeta imbuido por la expansión de la información y de la cultura.

A finales del siglo XX, las tecnologías de la información computarizada aparecieron en un ambiente ideológico muy favorable a la economía de mercado, en un momento en que la economía se distanciaba de los sectores productivos basados en el petróleo, en los automóviles y en la motorización y procuraba dominios donde sustentar un nuevo ciclo de aumento de la riqueza material. El contexto en que surgieron y se desarrollaron las tecnologías de la información ayudó a definir sus características de fuerza al mismo tiempo científica, tecnológica, industrial y mercantil. Impulsadas por la orientación de crecimiento económico, se tornaron una de las instancias modeladoras de la economía, al mostrar potencialidades para construirse como una industria abastecedora de nuevos productos, así como nuevos modos de producción, abriendo nuevos mercados y concentrando inversiones. La organización económica observó una inflexión cognitiva, donde la información se estableció como nueva materia-prima. Más que ser un acontecimiento nuevo, el elemento cognitivo de las economías posfordistas de la transición del siglo XX para el siglo XXI se tornó estructural.

En la década de 1990, el concepto de sociedad de la información se encontraba ya bastante aceptado. La verdad, es en este periodo que él es plenamente adoptado. En 1995, la cumbre del G7, en Bruselas, vino a articular el horizonte de la sociedad de la información con la problemática de la globalización, introduciendo por primera vez la noción de 'sociedad global de la información'. Se confirmó de este modo, en primer lugar, que la cuestión de la desinformación ganó todo su sentido cuando conjugada con las perspectivas de desarrollo de un mercado mundial y, en segundo lugar, que el problema crucial de las desigualdades de acceso a las tecnologías de la información no pudo ser más descuidado a partir del momento en que fue pensado a un nivel global. La universalización de la noción de 'sociedad de la información' se tornó actual para describir un mundo de omnipresencia mediática, de la exposición masiva a la información, de flujo instantáneo de información en el espacio de un vasto conjunto de nuevas tecnologías y en especial internet, pero incluyendo también el cable y

la televisión por satélite, entre otras. Estas tecnologías cubren un enorme potencial en la creación de una nueva clase de ingenieros y técnicos, que engendran un modo de pensar funcional y nuevo.

Para entender bien el cambio del que estamos hablando, conviene clarificar que la nueva realidad del siglo XXI se encuentra establecida por dos dinámicas que se intersecan: las novedades tecnológicas permanentes en las formas de creación y distribución de comunicación e información; y las tendencias económicas orientadas para la transformación de importantes dimensiones del conocimiento, de la cultura y de la comunicación, reducidos a la forma digital, en productos destinados a un mercado global, competitivo y pleno de nuevas posibilidades de crecimiento. El proceso que varios apodan de informacionalización de la sociedad intensifica la mercantilización creciente de esas esferas, en adelante pobladas por conceptos como creatividad, innovación y competitividad.

Se configura así una avalancha de nuevos productos y nuevos modos de divulgación, referentes al conocimiento, información, cultura, espectáculo, entretenimiento, sociabilidad y a lo estético, creada por las capacidades de transmutabilidad y divulgación digital, por la pujanza de los nuevos conglomerados empresariales y por el imperativo de la utilidad comercial y del negocio aplicado a esas áreas. Florecen las llamadas industrias creativas. Al aumentar la producción con uso intensivo de conocimiento y de procedimientos creativos, de máquinas ‘analíticas’ y de bienes y servicios ricos en información, *marketing* y publicidad, crece también el número de mercancías que pasa a asociarse al universo informacional. Simétricamente, al movimiento de capitalización del conocimiento/información corresponde la propensión para la economía presentar un cariz digital.

Puede decirse que la economía del siglo XXI opera una transfiguración del capitalismo, dislocando el centro operativo de los recursos materiales y bienes de consumo para elegir como motor el horizonte de posibilidades digitales. Es en este cuadro que se comprende el protagonismo asumido por las nuevas tecnologías de la información, a la par de nuevos valores de mercado que rebasan largamente la esfera de los bienes consumibles. Publicidad, comunicación, recursos humanos son hoy dimensiones capitales de una economía que tiene como pilares la tecnociencia y la información. Los productos/mercancías digitales son cada vez más intensivos en conocimiento científico y técnico y en “información” (en todas las fases de identificación, extracción, procesamiento, producción, distribución de bienes/servicios económicos de todos los tipos). La intensidad creciente de energía, capital, conocimiento/“información” ha sido acompañada por coeficientes semejantes de intensidad en *design*, en una cierta estetización difusa de las mercancías, y en *marketing*, cuyos costos se equiparan muchas veces a la suma de todas las otras fases económicas del proceso de producción, o hasta las rebasan.

El nuevo orden económico que la sociedad de la información instituye es sustentado en una nueva lógica de producción y consumo. La masificación de bienes y servicios en red – con ejemplos paradigmáticos como el móvil, el e-mail, las redes sociales –, configura una nueva dinámica de mercado, estructuralmente asiente en la conectividad. Nuevas características distintivas despuntan en el paradigma económico de la era digital, como las externalidades de consumo y la multiplicación de efectos de red. El valor y la utilidad de los bienes fluctúan ahora de acuerdo con el número de usuarios de un mismo servicio, o de productos similares o compatibles. Los circuitos de productos complementarios introducen un nuevo imperativo de consumo. El consumidor de bienes divisibles, de fabricación industrial, cedió lugar al consumidor de sistemas.

Una nueva configuración social entre ciencia, tecnología y mercado

El trayecto de las tecnologías de la información ilustra como, en el proceso de alargamiento y profundización del mercado, los nuevos sectores tecno-económicos surgen de una nueva conformación entre ciencia, tecnología y mercado. A partir de los años 80, la interpretación entre aquellos tres dominios ha observado una transformación que colocó el campo científico-tecnológico bajo la presión del direccionamiento mercantil sistemático. Este acontecimiento tiene como corolario la emergencia de un nuevo orden valorativo de los científicos, un nuevo horizonte legitimador de la ciencia, nuevos modos de producción de los conocimientos y de organización y financiamiento de las instituciones que los soportan. En este contexto, el mercado de trabajo se transfigura en un nuevo mercado de conocimiento.

Lo que quedó escrito significa que el nuevo capitalismo subtrae de la información la función de bien social, para pensarla como mercancía, que amalgama aspectos simbólicos (la cultura, el lenguaje, la imagen), biológicos (desde el descubrimientos de una secuencia precisa de la molécula del ADN) y económicos. El principio de la mutación, orientado por el valor de negocio y por el imperativo de la rentabilidad, ha venido a retirar la información de la retórica justificativa de los bienes sociales, para asumirla como bien de mercado, transaccional y consumible.

La política de comunicación y cultura se presenta progresivamente subalternada a las dimensiones mercantil e industrial, y al imperativo de gestión lucrativa. Se exagera la tensión entre la búsqueda del lucro y la necesidad de las sociedades democráticas de contar con un sistema de información que sirva al espacio político democrático. Disminuye el número de empresas que poseen y controlan la parte central de todos los productos mediáticos. Surgen cuestiones perturbadoras sobre el concepto, la propiedad y el control de la información, así como sobre la concentración de poder y el rumbo del

periodismo. El internet, sobre todo a través de las publicaciones digitales, de la blogosfera y de otras formas de información en línea, como los motores de búsqueda, irrumpe como expectativa de modos alternativos y libertadores de información, conocimiento, interacción y colaboración. Varios creen que las transformaciones en curso, en particular las que dicen respecto a las tecnologías de la información y comunicación, son promisorias cuando al establecimiento de un campo más grande de conocimiento y hasta de una sociedad civil global. Entretanto, existen señales suficientes de que el desarrollo de internet está a restablecer varios tipos de los principales problemas políticos que los medios de comunicación tradicionales habían ya puesto, indicando que el cambio de medio técnico no es suficiente para solucionarlos.

El acuerdo relativo a la idea de ‘sociedad de información’ indujo respuestas críticas según las cuales la saturación semántica que el concepto de ‘sociedad global de la información’ conoció se debería más a la diseminación en su uso por los principales gobiernos de las sociedades industrializadas, que las otras habían acogido sucedáneamente. Esta colonización conceptual había desencadenado una carrera a la informatización, tanto en el norte como en el sur. Críticos como Mattelart (2000), Ramonet (1998, 1999), Norris (2004) subrayan que las actividades fundadas en el conocimiento y generadoras de riqueza no se dispersan uniformemente por el globo, siendo que las tecnologías de la información, lejos de atenuar la brecha norte-sur, contribuirían para profundizarla. A largo plazo, la apropiación de la capacidad técnica en el hemisferio norte, sobre todo en el dominio del software, impediría que las naciones del sur desarrollaran sus bases autónomas, enfrentando al mismo tiempo los países más pobres y periféricos severas amenazas a su autonomía cultural (Rénault y Torres, 1998). Según esta perspectiva, la designación de “sociedad de la información” se politizó, pasando a ser enfrentada como una especie de eslogan para las estrategias de los gobiernos de las grandes potencias y de las grandes industrias promovieren la consolidación necesaria a la afirmación del movimiento de globalización de los mercados y de la libre circulación de los datos financieros y comerciales, revistiendo de un cierto economicismo cultural o de fatalismo economicista los efectos de la occidentalización del mundo, encabezada por la superpotencia estadounidense (Mattelart, 2000). Más que una realidad, la sociedad de la información globalizada es sobre todo como una imagen del futuro (Prolux, 2008), en otras palabras, un proyecto ideológico y político y un horizonte técnico con el cual la mayoría de los gobiernos procura alinearse, en anticipación de un debido futuro que a fuerza de ser repetido acabó por naturalizarse en los discursos públicos.

Si es cierto que las nuevas tecnologías de información y comunicación cierran oportunidades y posibilidades de desarrollo, importa no engañarnos en cuanto a la naturaleza de su potencial: este no es seguro, ni inmediato, ni garantizado por cualquier dispositivo tecnológico. Las oportunidades vislumbradas, en el ambiente digital en cuanto a la distribución y circulación de la información,

parecen muchas veces comprometidas por la tendencia verificada para la concentración del capital. Más allá de eso, vale la pena aún referirse a la distinción entre acceso y usos, rebasada que está la clasificación dicotómica inicial que antagonizaba aquellos que tenían acceso y posesión a los excluidos de su alcance, abstrayéndolos de cualquier uso efectivo. De hecho, la realidad multiforme en el universo de las nuevas tecnologías de información desmiente este simplismo.

Es en el ambiente profesional de los técnicos y de la gestión que se encuentran los más entusiastas de una visión poco reflexiva acerca de las posibilidades de una ciudadanía digital y de la división de la esfera de mediación comunicacional que antes era principalmente asegurada por los periodistas. Ocupados con preocupaciones comerciales, no disponen de tiempo ni de mucha voluntad para reflexionar sobre las implicaciones sociales, culturales y estéticas de esas tecnologías. Pero también varios autores de las ciencias sociales han mostrado complacencia con un discurso que no se interesa seriamente por los límites y ambigüedades de las tecnologías, por las actuales relaciones de desequilibrio entre tecnología, cultura, derecho y técnicas anteriores, lo que demuestra demasiada tranquilidad en cuanto a los dueños de poder que están por detrás del cambio tecnológico o que están a apropiarse de las contribuciones gratuitas de los usuarios de internet. No conceden la necesaria importancia a las relaciones entre tecnología y mercantilización, al rumbo actual de apropiación privada de los saberes y al sentido de la alteración en la regulación de los derechos de propiedad sobre el conocimiento. El entendimiento que tienen de la tecnología se restringe a una noción instrumental de los artefactos, siéndoles una interrogación profunda acerca de la tecnología como fuerza social y cultural cuyo impacto en la cultura contemporánea no puede ser considerado como neutral en términos de valores.

Los procesos de mercantilización y la privatización tienden a subsumir esos aspectos simbólicos de la creación cultural única de los objetos comunicacionales y culturales. En este sentido, la incertidumbre es inmensa sobre los resultados en bienes comunicacionales y culturales de difícil estandarización, y en que los elementos cualitativos y subjetivos son más relevantes que los cuantitativos, y en que no hay libre movilidad de capitales, por diversas razones (exclusividad de los derechos de propiedad intelectual). Es justo cuando hay mercado, aún bajo condiciones de creciente internacionalización en ciertos segmentos, él es muy unidireccional (norte-sur), desigual y sobre todo existen límites o barreras de entradas culturales, identitarias o idiomáticas para la circulación igual de los objetos culturales y comunicacionales en el mundo. De ahí la necesidad de una economía crítica de la comunicación y de la cultura.

No se niega que de la edición de los comentarios en las noticias, del aumento de las modalidades de acceso a la información, de la práctica de escritura de los *blogs* y de la divulgación de imágenes en

internet, entre otras formas de crear y distribuir información, emergen nuevos espacios de libertad, de participación y configuraciones que podrán enriquecer la esfera pública. Pero, simultáneamente, asistimos en las últimas décadas a la confluencia de las posibilidades de los nuevos medios digitales, que están siendo capturadas para fines de enriquecimiento de algunos y de aumento del poder, y de los modelos de gestión irrespetuosos de la especificidad de la actividad informativa. La indiferenciación de los contenidos conduce al hibridismo creciente entre información y entretenimiento, siendo la especificidad del conocimiento diluida en el caudal de fragmentos de la información.

Es importante destacar que todas las nuevas posibilidades de información implican un aumento de responsabilidad social, para la cual la actividad mediadora, profesional y rigurosa del periodista fue un componente indispensable. Las exigencias de la reconfiguración de la industria de los medios de comunicación, impulsadas por las nuevas capacidades de obtener y concebir productos de tipo informativo, por la facultad de traspasar la esfera informativa y por la multiplicación de soportes, plataformas y medios, están imprimiendo una lógica que se inclina por la negación de la distinción substancial entre el periodismo y las actividades emergentes de producción de contenidos para los medios.

La opulencia informativa que caracteriza el ambiente comunicacional contemporáneo no es sólo la expresión de abundancia de contenidos, donde cualquier búsqueda o interés tendrían garantías de satisfacción. Por el contrario, el universo comunicacional opulento es también un lugar de desmesura, desorden, ruido, redundancia y fragmentación. Este universo acoge, inexorablemente, los riesgos de la desinformación, de la contaminación entre datos y contenidos, de los abusos publicitarios. El inmenso caudal informativo, sin mecanismos de filtro basados en coordenadas de relieve, credibilidad y precisión, permite la amalgama entre información creíble y error grosero, contenidos fútiles e imprecisos. El contexto comunicacional actual impone rupturas con los capítulos precedentes de la cognición humana, con alteraciones profundas en la economía de la memoria y de la atención. El nuevo padrón de intelección e interacción es determinado por la dispersión rápida entre estímulos y tareas, por la incapacidad para el esfuerzo continuado y leal en un mismo objeto, por el flujo continuo e ininterrumpido entre contenidos e imágenes. Discontinuidad y ruptura son la condición del nuevo proceso de relación cognitiva con el mundo informativo, protagonizado por las nuevas generaciones. En un ambiente informacional de acceso rápido, inmediato, a contenidos siempre renovados, la atención nunca reposa largamente en el mismo objeto. La dispersión es constante, y la atención puramente superficial.

Las formas de comunicación e información son un recurso económico básico, fuente importante de crecimiento para el sistema de mercado, pero también un recurso informacional, simbólicamente crucial, que permite estructurar definiciones de la realidad, codificar estructuras de significación y garantizar la hegemonía de determinados valores al controlar el sentido y la dirección del imaginario que fluye por las conexiones comunicativas. Es a partir de la información y de los intercambios comunicacionales que se constituyen las instituciones y las formas culturales –simbólicas y materiales – que definen el mundo social. Nuevos dispositivos comunicacionales en una sociedad implican una remodelación cultural en su seno. Se dilucida así el motivo por el cual los principales conflictos contemporáneos se tejen en torno de la apropiación, del control y del monopolio de la información y de los modos de la comunicación. Si en la transición para el siglo XXI, la nueva materia prima por excelencia es el conocimiento transformado en información – i.e. el conocimiento digitalizado, computarizado – existe en torno de él un innegable conflicto por su control, en último análisis, un conflicto por el poder.

Este ambiente comunicacional contribuye para una crisis de la acción política, de los procesos de representación política, y de la cultura cívica. El papel de las tecnologías de información en la internacionalización de los mercados y en la formación de gigantes económicos está transformando los sistemas democráticos en algo que ya no funciona según los moldes de las democracias liberales clásicas. Y si la representación política es tornar presente quien está ausente, con las nuevas tecnologías de la información, los que carecían de representación pasaron largamente a representarse a sí mismos. En el ámbito de la cultura cívica, las TIC son frecuentemente más condescendientes con regímenes de expresividad y emocionalización de las respuestas que de la argumentación. El ejemplo de la *shitstorm* es, en este cuadro, particularmente expresivo. El concepto de *shitstorm*, que dio recientemente entrada en el diccionario de referencia Duden, debe mucha de su popularidad a la proyección mediática que Angela Merkel le prestó, al usarlo en plena reunión con James Cameron, en julio de 2012. El sentido atribuido al anglicismo *shitstorm* por el diccionario germánico se relaciona con la idea de “tempestad” de protesta e insulto, en internet, una auténtica avalancha de escarnio en masa. Los brotes de diabolización de los agentes políticos conocen hoy, en internet, una dimensión inusitada de visibilidad y replicación. El concepto de *shitstorm* no contiene cualquier dimensión de crítica o debate colectivo, antes bien la banalización del insulto en bloque en internet, y las manifestaciones de odio colectivo que pueden tornar las redes sociales verdaderas picotas políticas virtuales.

Conclusión

El entusiasmo por las tecnologías de la comunicación reaparece siempre que un nuevo invento tiene lugar, como si dependiera de la técnica la solución de los problemas culturales y sociales o tan sólo la resolución de los vicios que fueron detectados en el orden mediático dominante. ¿El mejoramiento de nuestro concepto de comunicación habrá de ser evaluado por el cambio tecnológico? ¿Más información significará mejor información? ¿La opulencia informacional no vendrá a dificultar su selección? Cuando la difusión de ciertos rumbos del desarrollo tecnológico mediatiza cada vez más las relaciones sociales y las formas de ejercicio de los poderes, se torna difícilmente concebible evitar percibir los intereses en él implicados. ¿Será posible pasar por alto del hecho de que la tecnología ha sido el instrumento moderno de dominio económico y político de las naciones más poderosas del mundo? Añada que sería ingenuo creer que la esfera pública permanecería incólume a las mutaciones tecnológicas, y que estas no imprimen dinámicas y direcciones cuanto a aspectos claves de la organización comunitaria y de la propia identidad colectiva. Las nuevas estructuras tecnológicas, penetrando los círculos de información, implican redefiniciones en la economía del conocimiento, en las instancias y procesos deliberativos. Las metamorfosis al nivel de la comunicación política repercuten en nuevas configuraciones del poder, sus representaciones, mecanismos de acceso y ejercicio.

Referencias Bibliográficas

- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society*. New York: Basic Books.
- Bell, D. (1960). *The end of ideology. On the exhaustion of political ideas in the fifties*. New York: Free Press.
- Breton, P. (1992). *L'utopie de la communication*. Paris: La Découverte.
- Dunning, J.H. (2000). *Regions, Globalization and the Knowledge-Based Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Leadbeater, C. (1999). *Knowledge economy*. Londres: Penguin Group.
- Machlup, F. (1962). *The production and distribution of knowledge in the United States*. New Jersey: Princeton University Press.
- Masuda, Y. (1981). *The Information Society as Post-Industrial Society*. Bethesda, MD: World Futures Society.
- Mattelart, A. (1999). *La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies*. Paris: La Découverte.
- Mattelart, A. (2001). *Histoire de la société de l'information*. Paris: La Découverte.
- Mattelart, A. (1996). *La mondialisation de la communication*. Paris: PUF.

Norris, P. (2001). *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Park, R. E. (2008 [1923]). L'histoire naturelle de la presse. Muhlmann, G. & Plenel, E. (eds.) *Le journaliste et le sociologue*. Paris: Éditions du Seuil.

Porat, M. U. & Rubin, M. R. (1977). *The Information Economy: Definitions and Measurement*. Washington DC: Department of Commerce, Office of Telecommunications.

Proulx, S. (2008). Interroger la métaphore d'une société de l'information: horizon et limites d'une utopie. Théorêt, Y. (ed.). *David contre Goliath. La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*. Montréal: Éditions HMH Hurtubise, pp. 99-124.

Ramonet, I. (1998). *Internet, los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

Ramonet, I. (2001). *La tyrannie de la communication*. Paris: Gallimard.

Rénauld, P. & Torres, A. (1998). Una oportunidad para el Sur. Ramonet, I. (ed.). *Internet, los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

Stehr, N. (1994). *Knowledge Societies*. London: Sage Publications.

Capítulo 13

Entre ciudades materiales y digitales: esbozos de una etnografía de los flujos del arte urbano en Lisboa

Glória Diógenes

*Estamos nosotros a hacer nuestras propias caras.
El dolor en la imagen en sí.*

(Tinta Crua, o Eduardo)



Imagen 1: sin identificación
(imagen cortesía del artista de la obra, Tinta Crua, 2013)

Trayectorias del discontinuo: notas sobre modos de hacer y pensar el ‘campo’

Deambular por Lisboa poniendo atención a todo. Dejar la ciudad aposarse del cuerpo, como si uno y otro conformaran dilataciones de paisajes. La etnografía urbana, además de otros abordajes de investigación, no tiene hora para empezar ni quizá para terminar. El primer acto es el de intentar librarse, por lo menos temporalmente, de las indumentarias, que adornan el cuerpo, acerca de las percepciones de lugares habituales.

Como afirma Agier, “el antropólogo tiene necesidad de emanciparse de cualquier definición normativa y ‘a priori’ de la ciudad para poder buscar a su posibilidad por todas partes, trabajando para

describir el proceso” (2011: 37). El camino etnográfico es resultante de la cantidad de encuentros significativos efectuados en campo. Teniendo en vista la realización de una investigación sobre arte urbano, que intenta atravesar las dimensiones «material» y «digital» de las ciudades, creé un *blog* (diario de campo) con la finalidad no sólo de compartir apuntes en tiempo real, sino también de facilitar el contacto, por medio de las redes digitales, con actores de la investigación. En uno de los primeros diarios, hice un registro acerca de la naturaleza de esa experiencia:

Se efectúa una etnografía atravesada por flujos, como si ella misma fuera una red de miradas difusas sobre un mismo punto. Al contrario de seguir una vía de la lógica ininterrumpida del tiempo, de la secuencia lineal de lugares y etapas a ser cumplidas, el investigador se desplaza por medio de las propias alteraciones que la investigación promueve.²²⁴

Los «encuentros» aleatorios con las imágenes «fincadas» en la calle fueron traduciendo recurrencias de un campo que se inicia con la observación y la contemplación silenciosas. Se trata de otras formas de interacción, que como dice Velho, “pasan del tradicional contacto *face to face*, a las más variadas y algunas bien recientes, como la virtual, posibilitada por la informática, computadoras, correos electrónicos, etc.” (2009: 14). Un campo que cambia de lugar.

Este tipo de interacción se desprende de cualquier pretensión de linealidad. En mi opinión, el recorrido acaba por explicitar sinuosidades, discontinuidades, interrupciones que acompañan los procesos interactivos. Como bien afirma Machado Pais (2007: 6), “la reflexividad de la modernidad no actúa en condiciones de certeza progresiva, sino de duda metódica”, un tipo de sociedad que el investigador portugués denomina de ‘dilemática’.

Es bajo ese prisma de la mirada que tanto el arte urbano como la propia fruición del acto de caminar «a la» ciudad se revisten de una interactividad «activa», «multisituada», tal cual la dimensión del arte referida por Rancière (Colóquio Internacional, 2012) en una conferencia pronunciada en Brasil. Ese tipo de interactividad «activa» y «discontinua» actúa bajo el compás de diferentes «dilemas». Por no disponer de un lugar fijo, de principio, el arte urbano opera, tanto en el transeúnte como en el

²²⁴ Cf. Diógenes, 2013f.

antropólogo, un efecto de la «no pasividad», del « dilema», y de la «improvisación».²²⁵ Prontamente, las imágenes movilizan miradas, pensamientos, deseos y proyecciones.²²⁶

Fui así percibiendo que el arte urbano, en teoría, prescinde de mapas, independe de curadores, galeristas y acostumbra no prescindir de catálogos de visitación. La mirada del caminante es el vector de categorización de los trazos que se esquivan en los callejones, en los vanos de las placas, en marcos de puertas y ventanas, y de lo que se difunde en los espacios de intensa visibilidad pública.

Vagando por Lisboa, por ocho meses, registré *graffiti*, paneles, pinturas y más que eso. Estuve atenta a aquello que tanto los artistas con los cuales tuve contacto, como instituciones gubernamentales, periódicos, perfiles de Facebook, actores que transitan en este campo construyen acerca de lo que, en general, consideran o no arte urbano. Me interesa, por medio del «caso ejemplar» de Tinta Crua,²²⁷ hacer emerger un juego de clasificaciones que acabó por interceder ‘mis pasajes’ sobre algunos sitios en las calles de Lisboa. ¿Lo qué es considerado arte dentro de un contexto urbano y con este «gusto»²²⁸ resuena en puntos y líneas del ciberespacio?

Opté por un tipo de observación que además de transitar entre ambientes, digital y presencial, se compuso por medio de un acto, aparentemente, sencillo: caminar a la cata de imágenes. Más interesante fue percibir, en esos trayectos, que el arte transita, al ser «borrado» de las paredes de Lisboa, para aquello que Appadurai (1996: 45) denomina de “contigüidad electrónica”. He observado que, en muchas ocasiones, el intento es hacer la pintura, el «*collage*», fotografiarla y, teniendo en vista su inminente «eliminación», intentar eternizarla en el paisaje digital.²²⁹

²²⁵ Tim Ingold y Elizabeth Hallam se refieren a un tipo de improvisación generadora, no condicionada por el compás de la producción de ‘novedades’: “*Because improvisation is generative does not conditional upon judgments of the novelty or otherwise of the forms it yields. Because it is relational, it does not pit the individual against either nature or society*” (2007: 3).

²²⁶ Ricardo Campos, en el libro ‘*Por que Pintamos a Cidade?*’, afirma que “la ciudad es para ser leída. Los jeroglíficos, emblemas, decoraciones, señales nos orientan en este mundo. Buscan informar, eludir, entretener, suscitar el deseo, el sueño, la acción” (2010: 23).

²²⁷ Estuve en contacto directo e indirecto con varios otros artistas urbanos de Lisboa y de la ciudad de Porto. Tinta Crua fue el primer narrador de mi recorrido etnográfico en Lisboa.

²²⁸ Me refiero a una discusión sobre ‘el hombre del gusto y la dialéctica de la dilaceración’ efectuada por Giorgio Agamben en el libro ‘*O homem sem conteúdo*’ (2012).

²²⁹ José Simões también hace una alusión a esta interconexión entre presencial y digital: “Las consecuencias de la transposición del *graffiti* de la calle para internet son variadas. En primer lugar, el impacto más inmediato es que adviene de la propia preservación de las marcas iconográficas dejadas por los *writers* en las calles de las ciudades, en varios soportes, cuyo destino sería la destrucción, más o menos inmediata, o la sustitución por otras marcas que se sobrepondrían y obnubilarían la primera” (2011: 235).

En el caso de Tinta Crua, observo que, con cierta frecuencia, él vuelve a publicar en su página de Facebook un «*collage*»²³⁰ efectuado en fecha anterior y, curiosamente, noto que es como si la misma alcanzara, en las redes, un estatuto de tiempo presente. En los ‘tecnopaisajes’:

[...] el pasado se tornó un almacén sincrónico de enredos culturales, una especie de central de *casting* temporal a que recurrir apropiadamente conforme la película a realizar, la obra a escenificar, los rehenes a salvar. (Appadurai, 1996: 47)

Una imagen urbana, al ser «despegada» de su «*locus*» de origen, es como si también transpusiera las páginas sucesivas del calendario.

Así como en el tiempo, en el espacio, el arte urbano también asume modalidades diversas cuando atraviesa haces de la visión. Curioso es notar que, a medida que me movía por las calles de Lisboa, que me familiarizaba con paredes, muros, calles, callejones, experimentaba la sensación de enganche, como si un conjunto de formas, colores y trazados se revelaran, nítidos, a simple vista. Seguramente, las imágenes, más que meros artefactos, condensan pensamientos, escritos, memorias que pulsan en la dirección de quien las registra y de quien las «escucha».

Samain, al indagar ‘como piensan las imágenes’ recuerda que “somos observadores condicionados tanto por nuestros modos de ver como por la peculiaridad con que las imágenes miran para nosotros” (2012: 16). En el ámbito de ese itinerario etnográfico, al contrario de tomar las imágenes como simples registros efectuados en un tipo de soporte, de intentar clasificarlas dentro de una estilística artística, preferí percibir las en la calidad de “territorios de memoria” (Samain, 2012: 22) y producción de sentido acerca de las confluencias entre arte y no arte, comúnmente designada en Lisboa, por los ‘agentes del orden’, de vandalismo.

Identifiqué, dentro de la categoría ‘arte urbano’, todo trazado que, más allá de la mera firma, *tag*, designada en Brasil de *pichação*, diseña un propósito ‘pensante’, anunciando más que un objeto, un proceso vivo (Samain, 2012), un tipo de «participación intempestiva» en la visualidad de la ciudad. Hablo así inspirada en las consideraciones de Agamben (2009) acerca de ‘¿lo qué es lo

²³⁰ Los *collages* de Tinta Crua no se encuadran en aquello que es comúnmente denominado de *stick*s, o sea, ilustraciones en papel. La mayoría de sus *collages* son copias de pinturas efectuadas en el propio papel. Él adquiere un pegamento en polvo y lo diluye con agua a cada actividad de *collage*.

contemporáneo»? Eso en lo que se refiere a la «participación visual» de artistas urbanos traducida en un tipo de desconexión, de resistencia y distancia en relación al arte agenciado en las galerías y los museos; aunque firmen sus obras en las calles, en la calidad de artistas. Eso ocurre, posiblemente, cerca de aquello que Rancière denomina de obras no pasivas, analógicamente «activas», o sea, aparte de las que son exhibidas en:

lugares donde visitantes solitarios vienen a encontrar la soledad y la pasividad de obras despojadas de sus antiguas funciones de iconos de fe, de emblemas de poder o decoración de la vida de los Grandes (2005: 2).

El arte urbano se inscribe en el espacio «vivo», de las calles, en el frenesí del tráfico, en el flujo de energía vital de las ciudades, lugar de realización y, simultáneamente, de visualización de la obra. Vale resaltar que, no necesariamente por estar en las calles, el arte está libre de la «pasividad», aludida por Rancière, que puebla los museos. Caminando atentamente por Lisboa, pude fácilmente distinguir murales e intervenciones «oficiales», o sea, las promovidas por la Cámara, de otras inscripciones que dominan paredes desocupadas, sitios abandonados, vitrinas de tiendas, placas y escalinatas, «activados», visiblemente, «de» forma «ilegal».

Para la mayor parte de los transeúntes, no es tarea fácil discernir los meandros de un arte que tiene su vitalidad, en general, más allá de las puertas de las galerías. El arsenal de imágenes diseminado en la ciudad, curiosamente, como pude observar, se torna un texto indescifrable, mezclándose a tantas otras que «rayan» el paisaje urbano. En muchas situaciones, cruzando las calles con mi pequeña cámara, acompañada con alguien, «descubría nuevos» registros y quien estaba a mi lado replicaba: «yo nada había visto».

Diferentemente del medio urbano, en general, las imágenes combinadas en el triple acto – «ver, registrar y compartir» – ganan existencia más manifiesta y «material» en los medios digitales. La escritura urbana es, por naturaleza, polisémica e intertextual. Cada «lector» acaba vislumbrando el espectro de imágenes que, de cierto modo, puebla su mapa mental visual.

Ya, en el ciberespacio, las imágenes circulan casi a los saltos, rizomaticamente,²³¹ o sea, no paran de multiplicarse, de alargarse en diferentes planos y de irrumpir cualquier centro unificado y unificador. Siendo así, diferentemente de un arte situado en la ciudad, el de connotación urbana, cuando migra para el ciberespacio, por principio, ya deja de ser uno, se desdobra espacialmente, se desubica en el

²³¹ Cf. Deleuze & Guattari, 1995.

tiempo y se presenta «explícita» ante el ojo del internauta. De ahí la necesidad que tiene el etnógrafo de intentar dar cuenta de lógicas no lineales dentro de un contexto fluctuante. (Canevacci, 2009).

Esta fluctuación transpone, también, el terreno de las categorizaciones acerca de lo que es o no considerado arte en el escenario urbano. La retórica de la clasificación, si es arte o no, si es una *tag*, un rayón, un *grafiti*, un trazo, un escrito, una plantilla, un *sticker*, si es «legal» o «ilegal» está, también, interconectado al espectro del observador. Más que el registro de lo que ve, el antropólogo que se mueve en estas brechas recrea un móvil de los ángulos que componen la mirada de los actores de la investigación, reflejado en su propia mirada. Ciudad y ciberespacio, más que distintas conexiones espaciales, se combinan en planos de mutua reflexividad. Eso significa, como bien puntuó Hine, en una entrevista concedida a la *Revista da Compós*, que:

[...] los fenómenos digitales son muy complejos. Existen en múltiples espacios, son fragmentados y acostumbran ser temporalmente complejos. No podemos esperar tener una vivencia de un fenómeno así, apenas “estando presentes allí”, porque no sabemos automáticamente donde es allí, ni como “estar presentes” [...]. Pienso que este aspecto de la reflexividad – reflejar como sabemos o qué sabemos sobre una situación – probablemente sea la parte más significativa de la etnografía en ambientes digitales (Braga, 2012: s.p.).

Orientada por esa deriva contingente, incluso antes de iniciar anotaciones, de acercarme al foco de investigación, dediqué un tiempo en Lisboa distinguiendo diferentes semánticas del arte en el texto de la ciudad y correspondientes líneas de conexión con el ciberespacio. Estoy de acuerdo con Hine, me interesó mucho más, en este recorrido, ir reflexionando sobre lo que fui sabiendo, como fui sabiendo, por medio del dialogo con las imágenes digitales o presenciales, de que dar cuenta de una pretensa existencia «autónoma» de las imágenes.

Situé el perímetro de la deambulación etnográfica observante en la parte considerada más histórica de Lisboa, específicamente, partiendo de Largo do Rato, pasando por Bica, Bairro Alto, hasta Chiado y Baja. Obviamente acabé dejando fuera de los límites de la investigación sitios como Alfama, Mouraria, Alcântara y tantos otros. Me establecí por donde acostumbro caminar, cotidianamente, así pude investigar nuevos registros, «supresiones» de trazos, diseños dejados en las paredes, intervenciones «legales» promovidas por la Cámara de Lisboa y «acrecentamientos» a las obras efectuados por el propio autor o por otro *grafitero*. No apenas fotografiaba, observaba cada arte destacado en los recorridos urbanos realizados, así como buscaba en el «archivo» personal de imágenes, saber si se trataba de un único registro, si había otros con el mismo trazo y estilo, si era

también posible identificar los relativos autores. Concomitantemente, buscaba, como dice Appadurai (1996), en el ‘tecnopaisaje’, la presencia de aquel artista y de otros de sus registros urbanos.

Se puede decir, después de un considerable tiempo de trayecto etnográfico, que, básicamente, en el límite observado, el artista urbano «ilegal», además de las *tags*, que más condensa obras en este espacio histórico de Lisboa es Tinta Crua. Es por medio de sus rastros que seguiremos el emergente debate que agita, recientemente, algunos autores de Lisboa acerca de las fronteras entre lo «legal» y lo «ilegal del arte urbano», lo artístico y lo «vándalo», la efeméride y la «conservación» de las obras. Y, como veremos a seguir, esa polémica ha resonado en las redes sociales, principalmente, en los perfiles de los artistas y en el de algunos actores gubernamentales que operan directamente en el panorama del arte urbano.

«Haciendo *Collage*» con Tinta Crua

En 2012, estuve, rápidamente, en Lisboa. Ya iniciaba en Brasil la investigación acerca de las conexiones entre arte urbano, *grafiti* y *pichações*. Caminando por Chiado, sin aun saber de quien se trataba, fotografié un «*collage*» de Tinta Crua.



Imagen 2: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de la autora, Junio 2012)

Conseguí encontrar en vitrinas, paredes de las principales vías «collages» alusivos a la misma firma. Al regresar a Lisboa, en 2013, ya iniciando la investigación del posdoctorado, me encontré con ya otras imágenes producidas por Tinta Crua.



Imagen 3: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de la autora, Abril 2013)



Imagen 4: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de la autora, Abril 2013)



Imagen 5: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de la autora, Marzo 2013)

Había entre ellas expresiones de apelación, pedidos de socorro, alusión al dolor, sangre y silencio. Las primeras anotaciones de campo,²³² efectuadas en el mes de marzo de 2013, señalizan a mi percepción acerca de la intensidad de un arte que ocupa, en rebeldía, el «corazón» de Lisboa.

Tinta Crua, al contrario de muchos *grafiteros* de arte urbano, actúa casi en la totalidad de sus intervenciones con *collages*. Poco de lo que había visto antes me parecía semejante. Su actuación demanda una mirada más atenta del observador. De propósito, ocupa intersticios, entre espacios de afijación de avisos, de placas oficiales, de vitrinas de tiendas, de letreros de publicidad, de postes de iluminación pública, entre otros sitios. Al instalar su *collage* en un lugar productor de convenido signo de comunicación urbana, realiza una transcreación de información. En general, los *collages* de Tinta Crua se instalan en espacios donde la vista, comúnmente, pasa sin demorar. Nada de destacados extensivos en muros o paredes vastas. Tinta Crua provoca la deconstrucción de la visión en el lugar donde el ojo, habitualmente, no ve, o no se detiene y con eso produce otro ejercicio de percepción urbana. (Diógenes, 2013f: s.p.)

Acompañé una intervención realizada por la Galería de Arte Urbana²³³, ‘*Rostos do Muro Azul*’ y supe que, por primera vez, se sabría la identidad oficial de Tinta Crua, hasta entonces anónimo. Me dirigí a la Rua das Murtas y allí, acompañando la composición del mural²³⁴, conocí a Eduardo y acordé, después de la finalización del muro, un encuentro más demorado. La anotación de campo, como se

²³² Cf. Diógenes, 2013f.

²³³ Más detalles sobre la creación de la GAU en las próximas páginas.

²³⁴ Cf. Diógenes, 2013b.

puede identificar en seguida, señala la ansiedad que marca el encuentro con el primer narrador de la investigación:

Había quedado con Eduardo, El “Tinta Crua”, a las 12:30 horas, día 18 de marzo, en la salida del metro de la Rua do Salitre, en Largo do Rato. Llovía tenue. Tomé mi sombrero-de-lluvia, como aquí se denomina, y me posicioné en la escalera de salida del metro. Como ya pasaba un poco de las 12:30 horas, intenté marcar a su móvil (celular) y oí apenas la voz de la grabación “el cliente Vodafone al cual marcaste, tiene en este momento el teléfono apagado”. Conjeturé si “Tinta Crua” iría continuar eligiendo el silencio. (Diógenes, 2013f: s.p.)

Después de un tiempo callado²³⁵, de una prolongada tarde, curiosa acerca de las conexiones entre la estética «cruda» del arte de Eduardo y la actual crisis de Portugal, como de parte significativa de Europa, él dice:

[...] Pienso que Portugal va a quedar peor. Y con mis cosas intento hablar eso. Puedo disponer mis figuras sin escribir aquellas frases, contra el sistema. Yo intento, con mis figuras, con la expresión, que las personas interpreten a su manera. Todas estas crisis, este caos todo, me siento en la obligación de escribir, ser más obvio en las cosas que hago (Diógenes, 2013e: s.p.)

Las figuras de Tinta Crua «gritan» frases no escritas. Imágenes, que al decir lo que *piensan*, ponen en movimiento otras cadenas de pensamiento. Como destaca Saimain, en su diálogo con Gregory Bateson, “las imágenes nos *hacen pensar*” (2012:22). Percibo que Eduardo, más que «agradar» a los que transitan en la ciudad, intenta instalar un impacto, aquello que Agamben (2012) señala con el surgimiento, en la mitad del siglo XVII, en la sociedad europea, del ‘hombre de gusto’, del crítico de arte, del perito. Él presenta un arte que parece haberse distanciado de la experiencia del *choc* decantada por el poeta francés Baudelaire. Se niega el espectador en detrimento del «gusto».

Agamben considera que apenas una destrucción en los modos de transmisibilidad de la cultura, de valores, podría restaurar la experiencia primordial del *choc* en el corazón del arte. Parece ser este el intento de Tinta Crua, al continuar, solitariamente, dejando sus marcas en el circuito histórico de Lisboa: apuntar la lámina para un corazón que sangra en silencio.

²³⁵ Era la primera vez que Eduardo hablaba sobre sus obras con una persona fuera de su círculo de convivencia.

Volví a encontrar Eduardo por más tres veces, siendo que, en el último encuentro, lo acompañé en *collages* efectuados durante la madrugada.²³⁶ Sobre mi primera experiencia de observadora en intervenciones urbanas, en un terreno minado, bajo el acecho de la policía, reflexioné acerca de la mutua intervención de Tinta Crua en la condición de un «arte ilegal» y de una antropología que se escabulle entre brechas:

Eduardo, por más desvelo estético y virtuosismo artístico que imprima en sus obras, probablemente, más se acerque al que José Gil [...] en el libro “*A arte como Linguagem*” va a denominar de “estética de las fuerzas” por oposición a “estética de las formas”. Lo que existe, aunque las metáforas circunden las creaciones de Eduardo, es un evento de metonimia, en que más interesa al artista el efecto que la obra en sí, el apreciador, aún invisible, que la apropiación material de la obra, el continente de significados que ella pueda hacer brotar, que el involucro material de aquello que el artista produce. (Diógenes, 2013a: s.p.)

Acompañé los «pasos» de Tinta Crua no sólo cara a cara, pasé a visitarlo, casi diariamente, en su página de Facebook.²³⁷ Como veremos en el próximo tópico, el cerco en Lisboa, va cada vez más cerrándose para el arte considerado «ilegal», sin el permiso de la Cámara Municipal. El día 09 de septiembre de 2013, Tinta Crua publica una imagen en su página y ella hace eclosionar un debate sobre el tema en boga:



Imagen 6: sin identificación (imagen cortesía del artista de la obra, Tinta Crua, 2013)

²³⁶ Cf. Diógenes, 2013a.

²³⁷ Tinta Crua, s.d.

Eduardo Oaciecnoc ¡Ah...no vale robar! Mira 5 minutos para ellos y déjalos entrar en tu subconsciente y ábreles la puerta de tus sueños y ellas irán a darte siempre un buen *feeling*, si las arranca es mal *karma* y la escena ya no funciona, hago reproducciones de las cosas que pongo en la calle, desde *prints* a originales pintados a mano, es fácil tener un Tinta Crua en casa. Yo ya no hago tantos *collages* ni tan a la vista debido a que la nueva ley anti-*grafiti*, que hasta *collage* prohíbe, y los equipos de limpieza borran todo. Hago eso porque me da enorme placer y es un acto de libertad plena, donde todos pueden mostrar sus ideas, principalmente aquellos que son excluidos por el sistema. Si quien hace “*streetart* ilegal” no consiga existir, se va a extinguir un lenguaje que el *streetart* legal no tiene, debido a la filtración de artistas y asuntos, soy a favor de la existencia y cohesión de los dos, creo que sólo se tiene a ganar, pero hay quien tenga miedo de la diversidad cultural. Espero que te haya convencido “de todos para todos”. (Diógenes, 2013h: s.p.)²³⁸

“La escena ya no funciona”. Por medio de Internet, “es fácil tener un Tinta Crua en casa”. La “nueva ley” anti-*grafiti* prohíbe, según Eduardo, un “acto de libertad plena”.²³⁹ Florece, en rebeldía, un arte a favor apenas de la “existencia y cohesión”. El intento es cerrar una puerta para el arte que teme la diversidad y la sinuosidad de la discordia, del roce, del desacuerdo. ¿Cuál es entonces la escena que, ahora, *funciona*?

Gestión de la clasificación del arte «no» urbano

Esa experiencia etnográfica me hizo concordar, efectivamente, con Agier al decir que “el campo es construido por las relaciones que se puede tener” (2011: 37). Durante ese tiempo de «andar-viendo» paredes, muros, placas, vitrinas, monumentos, viaductos observé, fotografié y produje un «archivo»²⁴⁰ acerca del arte urbano en Lisboa.

²³⁸ Mantuve la misma fuente y diagramación de las publicaciones originales de Facebook. Traducción del original en portugués: “*Ha...nao vale roubar! olha 5 minutos para eles e deixa-os entrar no teu subconsciente e abre-lhes a porta dos teus sonhos e elas irão dar-te sempre um bom feeling, se as arrancar e' mau karma e a cena já não funciona faço reproduções das coisas que ponho na rua desde prints a originais pintados a mão e' facil ter um Tinta Crua em casa. Eu ja não colanto tanto nem tão ha vista devido a nova lei antigraffiti que ate colagem proibe, e as equipes de limpeza que apagam tudo. Faço isto porque me da enorme prazer e é um acto de liberdade plena, onde todos podem mostrar as suas ideias principalmente aqueles que sao excluidos pelo sistema. Se quem faz "streetart ilegal" nao conseguir existir, vai-se extinguir uma linguagem que a streetart legal nao tem devido a filtragem de artistas e assuntos, so a favor da existencia e coesao das duas, acho que so se tem a ganhar mas ha quem tenha medo da diversidade cultural. espero que te tenha convencido "de todos para todos"*”.

²³⁹ Sigue entre comillas trechos de la plática de Eduardo contenida en la nota de número16, de este capítulo, donde sigue mi comentario.

²⁴⁰ Me reporto aquí a un tipo de archivo compuesto no sólo por imágenes, impresiones y anotaciones de lecturas. Pasé a considerar una significativa «materia prima» del trabajo de campo la dimensión de la experiencia. Wright Mills en la ‘artesanía intelectual’, en lo que atañe a la importancia de los archivos, señala lo que considera

Ya en el inicio, tomé la decisión de excluir del foco de la investigación las denominadas *tags*. Debido al tiempo limitado de inserción en las calles de Lisboa y a la propia proliferación de las *tags*, decidí volver la atención para la acción de algunos artistas urbanos,²⁴¹ teniendo aquí destacado el caso de Tinta Crua.

Coincidentemente, mi estancia en Lisboa, durante el año de 2013, se dio al mismo tiempo que la promulgación de una Ley, publicada en el Periódico *Diário de Notícias*, el día primero de septiembre del mismo año, que regula la realización de *grafiti* en algunos locales, como monumentos y transportes públicos.

[...] previendo multas para los infractores, que pueden llegar a 25 mil euros [De acuerdo con la referida noticia, como indica el artículo 3 de la ley núm. 61 del 23 de agosto] [...] compete a las cámaras municipales licenciar la inscripción grafitos, la perforación o la fijación, en locales previamente identificados por el requirente. (dnoticias.pt, s.d: s.p.)

En el encuentro del 16 de julio que tuve con con Tinta Crua, antes de la actividad de «*collage*», platicamos en la Avenida da Liberdade acerca de una materia recién-publicada, sobre *grafiti*, en la Revista *Time Out – Lisboa*.

Había leído todo el texto de la referida revista y extrañé la no presencia, en la materia publicada, de algunos que son considerados ilegales, aunque haciendo arte urbano, como, por ejemplo, el caso de Tinta Crua y Dalaima street art [...]. Incluso, al lado de la página de Facebook de la Revista *Time Out* se encuentra un comentario “impertinente” de Tinta Crua: / Eduardo Oaciecnoc Sólo resta saber si es arte institucional “autorizada” o la no autorizada que incomodó tanto el ministro de la administración interna, que creó una ley para prohibir y perseguir quien osa ser libre en la palabra y en los actos (ni deben hacer referencia a eso), pero o mucho me equivoco o ¡¡¡van a hablar del básico *pop* e indoloro!!! Si me equivoqué, pido una disculpa. / Exactamente lo que dijo Eduardo, el Tinta, hablaron del arte “del básico *pop* o indoloro”, pero no se toca en las querellas de las prohibiciones ni, mucho menos, en las multas interpuestas a los *grafiteros* ilegales. Platicamos sobre el hecho de su arte insertarse en una dimensión fuera, o sea, externa a las galerías, a los museos, a las publicidades *pop*s. Además de esta

significativo en el trabajo intelectual original: “ser capaz de confiar en la propia experiencia, siendo al mismo tiempo escéptico en relación a ella es, creo, una marca del trabajador maduro” (2009: 23).

²⁴¹ Observación directa: Pantónio, Tamara Alves, Fidel Évora, Hazul Luzah, Tinta Crua. No presencial: Dalaima Street Art y Narcélio Grud.

condición *off* del mercado del arte, Tinta Crua, hace emerger, en las paredes prohibidas, imágenes de un país que sufre, cotidianamente, crisis y las más variadas vivencias de exclusión: desempleo, ampliación creciente del número de personas en situación de calle, cierre de establecimientos de comercio, huelgas y tantos otros impases y conflictos / En el arte de Eduardo, las tintas son derramadas en colores vivaces, en formas desnudas y crudas. Como, por ejemplo, el *homeless* que él dejó registrado en la Rua do Carmo, ya habiendo sido de allí arrancado. (Diógenes, 2013a: s.p.)



Imagen 7: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de la autora, Junio 2013)

No hay concesiones en los hechos de Eduardo. Se observa que, en su imagen de un *homeless man*, al lado del título, hay un breve escrito: *fuck the system*. Por eso, al indagarlo, aún sentados en el quiosco, sobre lo que pretende con el arte, él dice, de forma acompasada: que la vean y que yo pueda causar cualquier cosa en quien pasa y ve. (Diógenes, 2013a: s.p.)

Provocar miradas, «causar» alguna cosa en quien pasa y ve, parece ser exactamente este el intento de la Cámara al escoger temas y «liberar» paredes para intervenciones de arte; seleccionar lo que los habitantes de Lisboa «deben» ver y que tipo de impactos deben recibir. El día 23 de agosto, Tinta Crua, publica una foto en Facebook, surgida de unos ‘trazos’ hechos por él durante una clase, y así moviliza un dialogo acerca de la nueva regulación:



Imagen 8: sin identificación/autoría de Tinta Crua (Fotografía de Tinta Crua, 2013)

¿Cómo es que vas a hacer a partir de ahora? ¿Pasas a dirigirte al GAU-CML para solicitarles autorizaciones específicas para cada proyecto que tengas y quedas aguardando que las aprueben... o te mantienes en el mismo tono? ²⁴²

Hago menos trabajos y los pongo en sitios menos visibles, no arriesgo tanto, como cuando pegaba en las vitrinas de Baixa, también no sé cómo funciona eso de las licencias.²⁴³

²⁴² Comentario de Miguel Louro el día 24 de Agosto de 2013. Cf. Tinta Crua, s.d. Traducción del original en portugués: “*Como é que vais fazer a partir de agora? Passas a dirigir-te ao GAU-CML para solicitares autorizações específicas para cada projecto que tenhas e ficas a aguardar que as aprovem... ou manténs-te na mesma toada?*”

²⁴³ Comentario de Eduardo Oacienoc el día 25 de Agosto de 2013. Cf. Tinta Crua, loc. cit. Traducción del original en portugués: “*Faço menos trabalhos e ponho- os em sitios menos visíveis, nao arrisco tanto, como quando colava nas montras da baixa, tambem nao sei como funciona isso das licenças.*”

Bien, la realidad es que (pese a aún no haber leído la nueva ley), no sé hasta qué punto los *collages* están inseridos en el concepto de *grafiti*. Supuestamente, estás a gusto en todos los locales donde se puedan fijar carteles, no tendrás necesariamente que esconderte. Pero conviene checar todo lo que allá viene escrito.²⁴⁴

Actualmente, al hablar sobre arte urbano en Lisboa, necesariamente, se debe considerar no sólo la profusión de imágenes y trazos en el paisaje de la ciudad, sino también la naturaleza de la intervención local del poder público municipal. Eso porque, conforme lo aludido, fue creada por la Cámara Municipal, en 2008, la Galería de Arte Urbana – GAU. Ella surge, inicialmente, debido a un proceso de rehabilitación del Bairro Alto, que tiene, entre otros, el objetivo de efectuar «limpieza» y «registro» de los *grafiti* en este barrio. Según Silvia Câmara, coordinadora de la GAU, la Galería, aun siendo responsable por acciones de «limpieza de *tags*» y *grafiti*, propició la creación de un nuevo espacio donde los *street artists* pueden hacer sus obras legalmente.²⁴⁵

En una entrevista conferida por Silvia en octubre de 2012, a un *blog* de Lisboa, la coordinadora del proyecto intenta definir las distinciones y límites entre el arte urbano y el vandalismo:

¿Muchas personas aún perciben la *Street art* con prejuicio? Sí, mucha gente cree que es vandalismo y no ven arte. Existe mucho prejuicio, resistencia. Pero este “vandalismo”, muchas veces, es lo que torna todo lo demás vivo. Porque el *Street art* es un movimiento de cuestionamiento, cambio, una necesidad de evolución. Entonces, donde había un rincón oscuro y gris, de repente, nace algo nuevo, colorido y que reaviva aquel escenario y lo torna mucho mejor y actual, valorizándolo.²⁴⁶

Se observa, en la referida entrevista concedida por Silvia, y también en el contacto presencial con ella, realizado en el inicio de 2013, la proyección de un límite tenue entre arte urbano y vandalismo.²⁴⁷ La perspectiva por ella señalada puede ser condensada así: es la naturaleza ‘ilegal’ del arte que ‘torna todo lo demás vivo’. En las palabras de Silvia la no ‘oficialidad’ del acto de ‘pintar la ciudad’ acaba por

²⁴⁴ Comentario de Miguel Louro el día 25 de Agosto de 2013. Cf. Tinta Crua, loc. cit. Traducción del original en portugués: “Bem, a realidade é que (apesar de ainda não ter lido a nova lei) não sei até que ponto as colagens estão inseridas no conceito de *grafiti*. Supostamente, estás à vontade em todos os locais onde se possam afixar cartazes, não terás necessariamente que te esconder. Mas convém checar tudo o que lá vem escrito.”

²⁴⁵ Entrevista concedida por Sílvia Câmara. [27 Febrero 2013]. Entrevistador: Diógenes, Glória. Lisboa/Portugal.

²⁴⁶ LUXGOOD, 2012.

²⁴⁷ Cf. Diógenes, 2013c (diario que narra el encuentro con Sílvia Câmara).

‘adrenalizar’ acciones de un arte que, por naturaleza, actúa desplazado del *métier* artístico: galerías, museos, escuelas. Aquí se define el centro de la paradoja: ¿cómo promover ‘galerías de arte urbano’ en la ciudad de Lisboa si la propia creación de la GAU tiene como propósito clasificar las paredes como «ilegales» y «legales», de ese modo, disciplinar y, muchas veces, contener la «adrenalina» de los «vándalos»?

Varios factores llevan a creer, incluso, actualmente con la mencionada radicalización de las leyes de regulación del *graffiti* en Lisboa, que la iniciativa pionera de la GAU de ‘limpieza’ de algunas paredes de Bairro Alto, en el inicio de la creación de la Galería, hizo emerger impases y la necesidad de indicativos más precisos de categorización entre arte urbano «legal» e «ilegal».

La Cámara de Lisboa, al conceder «la» prerrogativa a la GAU de construir un discurso, un conjunto de regulaciones y clasificaciones, sobre lo que es o no es arte, lo que es «legal» o «ilegal», lo que es vándalo y autorizado por crear una especie de «curaduría» privada del arte público, trajo para afuera de las instituciones de estudio del arte, de cursos de *designer* de Lisboa, artistas «de escuela» marcados por el «gusto» y estética de las «bellas artes». Provocó una refracción de un tipo de intervención ‘desigual’, fuera de los patrones homogeneizadores de lo que significa «hacer arte». Rancière (2011) se refiere al riesgo de la difusión de una igualdad estética, que se interpone al mundo como protección a confundir la distinción, la gradual incorporación de los juicios de gusto.

Es esta incorporación gradual de los ‘juicios de gusto’ que acaba por fomentar en el paisaje de Lisboa un curioso fenómeno. El «espectador» de lo urbano acaba viendo a Sí mismo como Otro, él no encuentra en lo que ve un espejo de sí y de su propia existencia. El arte estampado en los murales esparcidos por la ciudad, requerido por la GAU vía convocatoria pública con la presencia selectiva de las curadurías, traduce en las intervenciones realizadas en «muros oficiales», una casi vitrina del arte de los ‘juicios de gusto’.

Al vivir ese gradual extrañamiento, como puntúa Agamben (2012), el artista «común», «ilegal» experimenta en su interior una laceración de las vías que funden el arte, el creador y el lienzo de la ciudad. Es en ese terreno cinético que se desprende una etnografía de la presencia-ausencia, de un arte, como dice Tinta Cruz que sólo vale ser «arriesgado» ‘en los sitios menos visibles’.

Eso vale, también, para el antropólogo. Cruzar vías, aún pobladas de imágenes, publicidades, signos de ordenación de tránsito y «cata», en un resquicio cualquier entre lo que es pronunciado y escondido, el registro de un arte que, poco a poco, es desterrado de los lienzos urbanos. Se experimenta, entre el presencial y el digital, la más genuina sensación de observar en dislocamiento. Se constituye así otros tipos de interactividad, donde ni la especificidad de «un» lugar ni la ordenación de

un tiempo sucesivo traducen configuraciones de encuentros que se efectúan a «saltos», siguiendo hendiduras que contornan los espacios-tiempos.

Eso nos llevó a reflexionar acerca del lugar que asume la interactividad en los marcos actuales de la antropología. Se trata de otro tipo de «viaje», como afirma Hine²⁴⁸ (2000: 45), cuando se trata de una etnografía que también recorre el Internet. No necesariamente «estuvimos allá» para que el recorrido etnográfico fuera realizado con el mismo nivel de detalle y rigor que permean los «viajes» presenciales. La interactividad puede ser plasmada por ausencias, por contactos asincrónicos,²⁴⁹ conectividades efectuadas por medios técnicos, como *links*, *perfiles* y dispositivos en redes. Tal cual certifica Zizek:

La interactividad es, obviamente, el gran tema del espacio cibernético. Con los nuevos medios electrónicos, se tornó un lugar común subrayar que acabó la contemplación pasiva de un texto o de una obra de arte: ya no me limito a mirar fijamente para la pantalla, interactúo progresivamente con ella (de mi propia decisión de los programas hasta el hecho de influenciar el desecho de la intriga en aquello que se llaman “historias interactivas”, pasando por mi participación en debates en el seno de la comunidad virtual). (2006: 14-15)

Es así que visualizo, en las páginas de Tinta Crua, como en la de otros artistas urbanos, un tipo de interacción en el ciberespacio que denominaría de «interacción movilizadora». “Un tipo de movilización de los colectivos que multiplica los actores, naturalezas y sociedades” (Latour, 1994: 71), muy afuera del paisaje donde actúan. Tanto la obra transita entre la materia y los medios digitales como puede ser blanco de interacciones en línea, de comparticiones, de interferencias de contenido, subtítulo, estableciendo otra relación espacio-tiempo.²⁵⁰

Como resaltó Azul Luzah, uno de los artistas urbanos narradores de este recorrido etnográfico – «la ciudad existe para ser borrada». La relación de interacción transeúnte *versus* el arte, que se dispone en

²⁴⁸ *The ethnography of the internet does not necessarily involve physical travel. Visiting the internet focuses on experiential rather than physical displacement.*

²⁴⁹ Ver en el artículo de Glória Diógenes un tipo de interacción en línea mediada por conflictos y enfrentamientos: ‘Redes sociais e juventude: uma etnografia virtual’ (2011).

²⁵⁰ Lúcia Borges (2011: 3), en un artículo sobre ‘*Graffiti*: das ruas para o território virtual’ considera que, “con la popularización de *internet* y de las redes sociales, muchos artistas empezaron a divulgar un gran acervo fotográfico – que hasta entonces era personal – de sus *grafitis* en ese universo virtual. A partir de esas comparticiones de imágenes, el *graffiti* gana una nueva dimensión. Su visibilidad no precisa ahora, necesariamente, que sea *in loco*, basta “un clic” en las páginas personales de esos artistas o un paseo virtual por *internet*”.

el paisaje, asume un grado cualquier de rigidez. En el ciberespacio la obra «cambia de lugar», así como el movimiento que es propio del antropólogo se concluye en el «dilemático» campo.

Borradores conclusivos

En el diálogo con Tinta Crua, identifiqué que el intento de «limpieza y borrado» de *graffiti* no abarca la ciudad como un todo. En una de nuestras charlas, él ponderó:

Observa, los equipos de limpieza anti-*graffiti* andan limpiando, y es claro que no van a limpiar los barrios más degradados, ellos han estado limpiando el centro de Lisboa, la parte histórica. Todo queda limpiecito. No tratan de la misma manera el resto de la ciudad (Información Verbal).²⁵¹

Es en la ‘parte histórica’ «de esta» ciudad, la que andan los turistas, los que la cruzan para el trabajo diario, los habitantes inseridos en la gama de sociabilidad que habita este «lado» en el que el artista insiste en dejar sus imágenes intensas. Se observa así que, como dice Agier (2011), apenas el cartógrafo y el urbanista ofrecen una visión de conjunto de la ciudad, aunque ella nunca pueda ser vista en su totalidad. En algunas situaciones, la ciudad consigue ser alcanzada mucho más por registros de un arte urbano que subsiste en el ciberespacio que por la velocidad y rotación de sus marcas, anuncios e inscripciones.

La escritura, así como el trabajo etnográfico, sigue su propio devenir. Sería al menos equivocado pensar, cuando nos reportamos a la investigación en la ciudad de Lisboa, que ella esté envuelta en cualquier tipo de universalidad. El arte aquí emerge en la condición de «retratos de un recorrido», entre ambivalencias visitadas en Lisboa y por sus dobleces en el ciberespacio.

El intento de instaurar en la ciudad un tipo de arte disciplinado, regulado, normado, contando la GAU, incluso, con acervo de lo que ‘ya no existe más’ en la ciudad, probablemente, proyecta para el espacio urbano la «igualdad del gusto» que caracteriza la estética del arte «pasivo» de los museos. Se instaura así en Lisboa, y en tantas otras ciudades, una censura previa en torno de aquello, comúnmente, marcado por la libre expresión y por la posibilidad, incesante, de invención de formas, colores, trazos y frases.

²⁵¹Entrevista concedida por Tinta Crua. [21 Marzo 2013]. Entrevistadora: Diógenes, Glória. Lisboa/Portugal.

Agamben (2012), en el 'El hombre sin contenido', describe exactamente un posible *déficit* de energía, ocasionado por la presencia de los críticos y por la lógica de un arte confinado a la criba de curadores y críticos. Un arte que opera distancias entre el creador, «monitoreado» por temas de exposiciones murales, por demarcación y determinación de espacio, por uso de técnicas e instrumentales, y la creación de sus obras. Paradójicamente, como destaqué en notas de campo:²⁵²

Se promueve, así, por medio del ciberespacio una esfera de religación subjetiva entre el artista y su contenido. Entre el investigador y sus hallazgos. Se fomenta, de inmediato, una curiosa subversión entre el antropólogo y sus narradores. Se crea así un *estado sucesivo* entre creación, fruición y compartición, *un medio, lugar donde las cosas adquieren velocidad*. (Deleuze & Guattari, 1995: 37)

Ciertamente, si el arte urbano venir a depender del soporte del lienzo, del papel, de los marcos de las galerías y de las exposiciones, tendrá no sólo otra estética, sino también otra temporalidad.

El ciberespacio, algunas veces, actúa como un escenario expandido, un recipiente amplio, veloz y múltiple de las experiencias que compasan la vida en la esfera *offline*. Él actúa descongestionando el flujo del arte urbano en las grandes ciudades, multiplicándola, en 'movilizaciones infinitas' (Sloterdijk, 2002).

Eso imprime al observador, como destaca Canevacci (2004), la necesidad de una mirada oblicua, inquieta e inestable ante el movimiento ondulatorio que él opera entre los congestionamientos simbólicos de las metrópolis y los espacios de flujos más frágiles, como las aldeas y, añadiría, los sitios «invisibles» en los cuales se propagan los grandes flujos de las ciudades.

Referencias Bibliográficas

- Agamben, G. (2009). *Nudez*. Lisboa: Relógio D' Água.
- Agamben, G. (2012). *O homem sem conteúdo*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Agier, M. (2011). *Antropologia da Cidade*. São Paulo: Terceiro Nome.
- Appadurai, A. (1996). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.

²⁵² Cf. Diógenes, 2013d.

Borges, L. (2011). Graffiti: das ruas para o território virtual. En: Universidade Federal de Goiânia (Org.). *II Seminário de Pesquisa da Faculdade de Ciências Sociais: diálogos entre graduação e pós-graduação*, 3 y 4 de Noviembre. Goiânia: Goiás. [Online], disponible en:

http://anais.cienciassociais.ufg.br/uploads/253/original_Lidia_Borges.pdf [Acceso 14 Septiembre2013].

Braga, A. (2012). Etnografia segundo Christine Hine: abordagem naturalista para ambientes digitais. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós*, vol. 15, no. 3, septiembre/diciembre. [Online], disponible en: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/856/638> [Acceso 14 Septiembre2013]

Campos, R. (2010). *Por que pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século.

Canevacci, M. (2004). Metrópole comunicacional. *Revista USP*, núm. 63, septiembre/noviembre, pp.110-125. [Online], disponible en: <http://www.usp.br/revistausp/63/09-massino.pdf> [Acceso 12 Septiembre 2013].

Canevacci, M. (2009). *Comunicação visual*. São Paulo: Brasiliense.

Colóquio Internacional (2012). *Arte, Estética e Política: diálogos com Jacques Rancière*, del 8 al 11 de octubre O. Rio de Janeiro: Instituto de Filosofia e Ciências Sociais/Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Deleuze, G. & Guattari, F. (1995). *Mil Platôs Vol. 1*. Rio de Janeiro: Editora 34.

Diógenes, G. (2013a). *Colando com Tinta Crua em LX. Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 16 Julio, disponible en: <http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/07/colando-com-tinta-crua-em-lx.html> [Acceso 14 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013b). *Diário de campo: Intervenção “Rostos” (09/03/2013), (Rua das Murtas, finalização). Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 15 Marzo, disponible en: http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/03/diario-de-campo-intervencao-rostos_7348.htm [Acceso 14 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013c). Encontro com Sílvia Câmara: 27 de fevereiro de 2013. *Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 11 Marzo, disponible en: http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/03/v-behaviorurldefaultvml_11.html [Acceso 20 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013d). *Etnografias online e off-line: desvãos e desvios do método. Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 15 Abril, disponible en: <http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/04/etnografias-online-e-off-line-desvaos-e.html> [Acceso 25 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013e). *Imagens e Sensações: variações da arte urbana. Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 26 Marzo, disponible en: <http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/03/imagens-e-sensacoes-variacaoes-da-arte.html> [Acceso 12 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013f). *O minimalismo intenso da arte de Tinta Crua. Antropologizando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 23 Marzo, disponible en:

<http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/03/o-minimalismo-intenso-da-arte-urbana-de.html>
[Acceso 14 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2013g). Página Inicial. *Antropologizzando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], disponible en: <http://antropologizzando.blogspot.pt/> [Acceso 22 Agosto 2013].

Diógenes, G. (2011). Redes sociais e juventude: uma etnografia virtual. En: ANPOCS (Org.). *35º Encontro Anual da ANPOCS*, del 24 al 28 de Outubro. Caxambu: MG. [Online], disponible en: http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=438%3Aanais-do-encontro-mrs-gps-sps&catid=62%3A35o-encontro&Itemid=353 [Acceso 3 Julio 2013].

Diógenes, G. (2013g). *O risco das classificações: "sem vergonha e com respeito"*. *Antropologizzando: Arte urbana e Graffiti em Lisboa*. Weblog [Online], 21 Abril, disponible en: <http://antropologizzando.blogspot.pt/2013/04/o-risco-das-classificacoes-sem-vergonha.html> [Acceso 23 Agosto 2013].

dnócias.pt (s.d.). Lei que regula realização de 'graffiti' entra hoje em vigor Lisboa. [Online], 01 Septiembre, disponible en: <http://www.dnoticias.pt/actualidade/pais/404063-lei-que-regula-realizacao-de-graffiti-entra-hoje-em-vigor-lisboa> [Acceso 17 Julio 2013].

Heine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.

Ingold, T. & Hallam, E. (Eds.), (2007). *Creativity and Cultural Improvisation*. Oxford/New York: Berg (ASA Monographs 44).

Latour, B. (1994). *Jamais Fomos Modernos*. Rio de Janeiro: Editora 34.

LUXGOOD (2012). *Street Art Lisboa Entrevista Galeria de Arte Urbana, GAU*. LUXGOOD. Weblog [Online], 22 Octubre, disponible en: <http://luxgood.blogspot.pt/2012/10/street-art-lisboaentrevista-galera-de.html> [Acceso 20 Agosto 2013].

Mills, W. (2009). *Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Zahar.

Pais, J. M. (2007). Cotidiano e Reflexividade. *Revista Educação & Sociedade*, vol. 28, núm. 98, Enero/Abril, p. 23-46 [Online], disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302007000100003 [Acceso 14 Septiembre 2013].

Rancière, J. (2011). *O Destino das Imagens*. Lisboa: Orfeu Negro.

Saiman, E. (2012). *Como pensam as Imagens*. São Paulo: Editora Unicamp.

Simões, J. A. (2011). Internet, *hip-pop* e circuitos culturais jvenis. En: Pais, J. M., Ferreira, V. & Bendit, R. *Jovens e Ramos*. Lisboa: ICS.

Sloterdijk, P. (2002). *A mobilização infinita – para uma crítica da cinética política*. Lisboa: Relógio D' Água.

Tinta Crua. (s.d.) *Página Inicial*. [Facebook]. Disponible en: <https://www.facebook.com/pages/Tinta-Crua/504549479596930?fref=ts> [Acceso en diferentes fechas entre los meses de Marzo y Septiembre 2013].

Velho, G. (2009). Antropologia Urbana: Encontro tradições e novas perspectivas. *Revista Sociologia Problemas e Práticas*, núm, 59, p. 11-18. [Online], disponible en:

<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n59/n59a02.pdf>, [Acceso 12 Septiembre 2013].

Zizek, S. (2006). *A subjetividade por vir*. Lisboa: Relógio D' Água.

Capítulo 14

La erosión de la idea de autoría

Heloisa Buarque de Hollanda

Curiosamente, el tema de la teatralidad humana, aunque la mayor parte del tiempo se refiera a prácticas artísticas y de comportamiento mantenidas a través de la Historia, encuentra un terreno fértil en las comunidades y prácticas artísticas en la red. Aquí se presenta en directo e intenso diálogo con las nuevas prácticas de identidad y derechos de autor en el entorno 'www' y su reflejo en la creación 'off line'. De no ser así, la cultura del siglo XXI no estaría tan profundamente marcada por la apertura de un debate radical sobre la cuestión de la autoría.

Retrocediendo un poco en el tiempo, es interesante recordar que el surgimiento de la noción de autoría, tal como hoy la experimentamos, viene más o menos sincronizado con el auge del individualismo y de la economía de mercado posterior a la Revolución Francesa. En ese momento es cuando surgen las primeras leyes reguladoras de la propiedad intelectual, como la inglesa de 'copyright' o la francesa de 'droit d'auteur'. Aunque con pequeñas distinciones, ambas generaron un fuerte debate que, ya en aquel momento, reforzaba los dos ejes del problema: el derecho del individuo *versus* el interés público. El derecho de autor, así como su corolario, la importancia de la autoría, es por lo tanto una ley relativamente nueva, que está generando polémica y cuyo ADN ya apunta a conflictos de base.

Alrededor de los años 1960/70, el debate cultural introduce otra cuestión no menos polémica e igualmente fruto de los nuevos paradigmas modelados por la revolución burguesa: la cuestión de la centralidad del 'sujeto'. En todos los ámbitos de la cultura, las nociones de sujeto y subjetividad son discutidas, testadas, experimentadas. Es el *nouveau roman*, es el cine de autor, es el retorno del figurativismo, es la filosofía postestructuralista. La muerte del sujeto se proclama como definitiva y se incorpora el descubrimiento del 'otro' y de la 'alteridad' como rasgo distintivo de las rebeliones culturales de los años 60.

En 1969, Michel Foucault lleva este debate a la noción de autor con su tan hermoso como fundamental ensayo *Qu'est un auteur?* En este trabajo, Foucault desplaza la idea esencialista de la existencia real de una autoría hacia la noción de la 'función del autor'. O sea, la autoría es una noción construida históricamente que sólo existe en tanto en cuanto a su funcionalidad cultural y comercial.

Desde entonces hasta acá, la historia parece haberse acelerado. Nuevos modelos políticos y culturales, asociados al rápido desarrollo de las tecnologías digitales, emergen cada día, marcando el final del siglo XX como un momento de radical cambio de paradigma. Sólo en esta área, llama la atención la creación de aparatos ligeros y de bajo coste, que permite que todos puedan convertirse en productores culturales y divulgadores de contenidos, el surgimiento de una internet que inaugura la comunicación y difusión descentralizada y rápida, iniciando formas inéditas de comunicación entre personas y comunidades, por no mencionar los equipos de comunicación móvil que traen sorpresas y definen innovaciones decisivas en la creación y el consumo cultural. Se consolidó lo que llamamos la Generación C, la generación de la producción de contenidos que, debido a la facilidad actual de producción y difusión digital, pasa a tener un valor intrínseco.

Junto al contenido, esta misma generación presenta infinitas posibilidades de actuación amparándose bajo máscaras que ponen de relieve la cuestión de la teatralidad ejercida a gran escala en estas múltiples redes que internet permite y que demuestran una capacidad de auto representación y de articulación inmediatas que van afectando a los modelos de comportamientos vigentes.

En un intento de resistirme a la tentación de sumergirme en estas aguas, voy intentar enfocar aquí, entre las muchas novedades que el cambio de milenio nos trajo, la cuestión de las nuevas formas de creación y producción que indican el declive de la primacía del 'autor' y el avance de una experimentación intensa en torno a la creación compartida, los formatos colectivos, los intercambios productivos y una compleja y polémica positivación de la 'piratería' a través de las prácticas estéticas del *cut & paste*, el *remix*, el *cover*, las actuaciones de identidad permitidas por los diversos programas nuevos tales como, por ejemplo, Second Life, My Space con sus avatares y simulaciones, o los grupos de comunidades virtuales como facebook, *blogs* y similares.

En este campo, es evidente la relativización de las prácticas autorales tradicionales. Los ejemplos son infinitos y los abusos se ven favorecidos por una legislación razonablemente limitada, poniéndose de manifiesto la complejidad que supone la regulación del universo 'www'.

Sin embargo, en el mundo *off line*, las cosas también empiezan a señalar cambios. Los movimientos culturales vanguardistas también comienzan a defender nuevas posiciones ante la hegemonía autoral y el 'plagio creativo'.

No fue casualidad que el movimiento *copyleft* (la guerrilla comandada por artistas y escritores en contra del *copyright*) se expandiera de tal manera y con tanta fuerza que varios países ya han adoptado el modelo de reglamentación de derechos de autor conocido como *creative commons* para responder a este momento en el cual ya no es tan seguro que los derechos de autor sean un patrimonio inexpugnable. Esta nueva forma de legislación conlleva una gama flexible de protecciones para los artistas y escritores.

El *creative commons*²⁵³ - en Brasil representado por Ronaldo Lemos - constituye, sin duda, un avance real para lidiar con el *copyright* en tiempos de apertura del espacio para reivindicaciones como el derecho de acceso al conocimiento y al libre ejercicio de la cultura del intercambio.

El *creative commons*, resumidamente, es una búsqueda de flexibilización de los derechos autorales, que ahora pasan a ser definidos por el autor para cada obra determinada de acuerdo con su decisión personal en cuanto a liberación o no de estos derechos o partes de los mismos para uso público.

Las consultas al *creative commons* se ofrecen en un sitio web gratuito donde hay varios tipos de licencias para su uso en las obras. Hay licencias de ‘dominio público’, ‘uso no comercial’, ‘recombinación’, *some rights reserved* (‘algunos derechos reservados’) y muchas otras.

Estas innovaciones, tanto en el ámbito práctico como en el jurídico, buscan enfrentar y superar los impasses de las nuevas formas de producción que suelen presentarse, de manera simplista, como mera piratería, enfatizando el sentido de una fábrica cultural con poder de creación y cooperación social.

Junto a estas nuevas prácticas, hay además medios tácticos que proponen la reutilización de los medios tradicionales como la televisión, radio, video, sitios web, impresos y los demás tipos de medios electrónicos para dar voz a las comunidades alternativas, disidentes políticos y artistas callejeros.

Tanto el *copyleft* como los medios tácticos prometen efectos radicalmente transformadores no sólo desde el punto de vista legal (lo que es en sí mismo fascinante), sino principalmente como reto a los modelos culturales vigentes, casi en su totalidad basados en las ideas de autoría y autenticidad.

En la *web*, la evidencia de la experimentación en la creación cultural compartida o no-autoral es múltiple y es, como decimos, casi la norma. Puede comprobarse en los casos de Re-combo, pionero en la creación libre compartida, Mídia Sana, que arrolla a los medios de comunicación oficiales con sus ácidos ‘remixes’ y tantos otros.

²⁵³ Cf. Lemos, 2005.

Fuera de la *web*, se puede observar como prácticamente en todas las áreas de la creación se viene desarrollando alguna forma de fragilidad de la autoría como principio creativo.

En este marco, la identidad, autoría, 'raíz' y, hasta la misma subjetividad son nociones que hoy se afirman más como factores comerciales que como esencialidades o verdades.

Traigo aquí sólo un ejemplo que me parece tan elocuente como representativo, el caso de las actuaciones de los recientes colectivos de artistas plásticos. Los colectivos empiezan a surgir a finales de 1990 y realizan un trabajo de intervención en el espacio urbano.

Políticamente, traen en su perfil trazos del *hip hop* brasileño e intercambian, con innegable éxito y resultado, la posición reactiva que marca la política defensiva de la resistencia de los años 1960/70, con la estrategia contracultural de actuar fuera-del-sistema, mediante acciones de carácter proactivo, es decir, afrontando y tratando de resolver por sí mismos las dificultades y necesidades de sus comunidades a través de acciones de efecto transformador inmediato o a medio plazo.²⁵⁴

De manera similar, las actividades de los colectivos artísticos, también imbuidos del *lead* 'lo importante es actuar', comienzan a asumir una función política de denuncia social, ahora en vías y plazas públicas. Simultáneamente, estos documentos discuten la propia estructura de producción en los formatos del circuito y el mercado del arte.

Los colectivos, que se propagan por Brasil en proporción geométrica, traen un *extra* de novedad. Los colectivos no vienen configurados por sus miembros, sino por determinadas acciones, actuando siempre en el contexto de la intervención pública.

Los colectivos tampoco son cooperativas, no son grupos, no tienen un número de participantes determinado, ni pueden ser caracterizados como movimientos artísticos. Su manera de organización es independiente y, para cada acción o conjunto de acciones, los colectivos buscan patrocinio, ofrecen cursos, venden trabajos o realizan servicios tales como ilustración, diseño gráfico, video, etc. Esta auto-gestión elimina, por tanto, la figura del comisario, personaje cuyo carácter de selección y toma de decisiones había crecido mucho en los últimos 20 años, asumiendo una función de autoridad centralizadora en el sistema de las artes.

Por el contrario, la forma de organización de los colectivos es rizomática y nómada, lo que marca su diferencia en el campo de las artes. Los colectivos se forman sólo en función de la producción de uno o más proyectos. Están estructurados para aquel fin específico y en consecuencia se recomponen con nuevos participantes en función de los nuevos proyectos. Esto significa que la composición de un

²⁵⁴ Cf. Martins, 2005.

colectivo no es fija. Es móvil. Un artista puede pertenecer a un colectivo en función de un proyecto para, en la siguiente ocasión, unirse a otro colectivo en la realización de otro proyecto.

La comunicación organizacional entre los colectivos se realiza con bastante intensidad a través de *blogs* y listas de discusión en internet. Algunos sitios recopilan las informaciones de manera más nodal, haciendo más explícita la lógica de red que rige esta producción. Existen en este sentido, por ejemplo, el sitio *redecoro* (s.d.) - *blog* comunitario con información sobre los sitios - o también la red de teóricos del arte del sitio *artesquema* (s.d.). Por lo tanto, los colectivos son organizaciones autogestionadas, descentralizadas, flexibles y situacionales. Esta es su gran novedad. En las auto-definiciones de los colectivos se percibe una recurrencia sintomática a las citas de Antonio Negri, en términos de las nociones de 'multitud', 'trabajo-afecto' y 'vida-arte'. Esta forma de producción y agrupamiento viene siendo típica del trabajo de los jóvenes artistas visuales y más precisamente de las obras de arte público y de carácter crítico y social.

Se diferencian de los grupos o cooperativas de producción, frecuentes en la década de 1970, en ser estructuralmente nómades, se unen sólo en función de proyectos tópicos y se caracterizan por su reunión en torno a acciones concretas e inmediatas, rechazando la idea de proyectos a largo o mediano plazo. Según los integrantes de algunos colectivos, estos surgieron no por el deseo, sino por necesidad. Lo urgente es real.

Un buen ejemplo es la acción 'Ocupación en la Ocupación'. Durante tres semanas de diciembre de 2003, 120 artistas realizaron una intervención en el edificio Prestes Maia en el centro de Sao Paulo, que estaba ocupado por 470 familias del Movimiento de los Sem-Teto (MSTC). En esta acción, que llevó el acrónimo ACMSTC (Arte Contemporáneo en el Movimiento de los Sin-Techo del Centro), los artistas realizaron trabajos en colaboración con los ocupantes, promoviendo una fuerte interacción entre artistas e integrantes del MSTC, lo que dio a la intervención un sentido de desagravio.

Es lo que se conoce como la explosión del 'Artivismo', un híbrido de arte + activismo. O el denominado 'arribismo' "[...] S.m. Proceder del arribista, el que quiere tener éxito en la vida de cualquier modo." (Tavares, 2003, s.p.). Tal priorización de la acción transformadora nos lleva a la estética del *rap*, del graffiti y de la literatura marginal, abordados anteriormente y cuya forma de hacer política es priorizar la acción inmediata y la difusión agresiva de la información.

En octubre de 2003, se publicó un pequeño folleto, *Anales del primer congreso internacional de Ar(r)ibismo* (Lima y Tavares, 2003). Esta publicación contiene algunas definiciones interesantes del proyecto artístico y político de los colectivos.

En la lectura de los Anales se percibe la fuerte presencia de algunos términos y conceptos recuperados de las décadas anteriores y ahora resemantizados. Las recurrencias más frecuentes en el curso de estos *Anales* son las ideas de guerrilla cultural y del acercamiento arte/vida como prioridades estratégicas.

Revisitando un poco la función de estas ideas nociones en los discursos de los años 1960-70, conseguimos comprender mejor las nuevas propuestas del arte actual. No entrando mucho en el sentido más profundo del uso original de estas nociones, yo diría que la idea de la guerrilla en la década de 1960 implicaba una causa política y se manifestaba a través de un impulso utópico muy fuerte. Hoy, la táctica de guerrilla es utilizada de manera más inmediata y táctica. La guerrilla, o la intervención que sorprende, es utilizada básicamente para se hacer oír o ser cubierto por los medios de comunicación que pasa a ser visto como un nuevo soporte posible para la obra de arte, con la ventaja de tener un carácter multiplicador.

En cuanto a la articulación directa entre Arte /Vida, ya no se dirige a la búsqueda de una falta de distinción entre el modo de vivir y la manera de producir arte o la literatura como producciones alternativas de los años 1970, momento en el cual la idea de vivir artísticamente y crear de forma vitalista, se expresa a partir de una ejemplaridad contracultural.

Hoy en día, el acercamiento entre la Vida y el Arte se entiende de manera diversa. El vínculo de Arte/Vida se vuelve funcional en cuanto manera de llevar el arte para el cotidiano de las calles y agrupar los individuos-espectadores alrededor de una intervención y sus hábitos. Así que esta idea de llevar el arte a la escena pública cotidiana claramente se caracteriza como una táctica de acción y no como un estilo de vida o una visión del arte como en la década de 1970.

También es importante llamar la atención sobre el hecho de que la producción de un colectivo no valora la producción artística individual. El autor de la obra es el colectivo y no el artista x, y, z. Un mini manifiesto firmado por Tullio Tavares (2003), miembro del colectivo A Nova Pasta (La Nueva Carpeta), compuesta por un solo artista. “*A(r)tivismo é brincadeira?/ O Ar(r)ivismo é sério?/ Com quantos umbigos se faz um grupo?/ Um(b)iguismo?*” (p. 12)²⁵⁵

El hecho de la creación de este colectivo con un sólo participante no es sólo un destello de humor o sin sentido. La idea implícita en la creación de este colectivo es la interpelación del aquí se hace referencia como *Um(b)iguismo* (Om(b)liguismo, o a lo mejor, Uno(b)liguismo) y yo lo traduciría por el individualismo y la necesidad de la autenticidad de la autoría que estructura el mercado del arte. Y con

²⁵⁵ “A(r)tivismo es broma?/ O Ar(r)ibismo es serio?/ Con cuantos ombligos se hace un grupo?/ Om(b)liguismo?”

esto llegamos a un punto neurálgico de la actuación de colectivos: el cuestionamiento no sólo del sistema de las artes, pero la lógica más amplia de la producción cultural en uno de sus puntos más sensibles: la cuestión de la autoría y propiedad intelectual.

En un momento en el que el *software* libre y la inclusión digital se discuten en los foros industriales y sociales, con la bandera 'buen conocimiento es conocimiento compartido', el campo de la producción artística anuncia la irreversibilidad de este proceso.

Referencias Bibliográficas

artesquema (s.d.). Página inicial. [Online], disponible: <http://www.artesquema.com/about/> [Acceso 07 Mayo 2013].

Foucault, M. (1969). Qu'est-ce qu'un auteur ? En: *Dits et Écrits I*. Paris: Gallimard, pp. 789-821.

Lembos, R. (2005). Creative commons, mídia e as transformações recentes do direito da propriedade intelectual. *Revista Direito GV 1*, vo. 1, no. 1, mayo, pp. 181-187.

Lima, D. & Tavares, T. (eds), (2003). *I Congresso Internacional de Ar(r)ivismo: Anais*. [Online], Octubre, disponible: <http://tuliotavares.files.wordpress.com/2008/07/anais.pdf> [Acceso 19 Abril 2013]

Martins, R. (2005). *Hip-Hop. O estilo que ninguém segura*. São Paulo: Esetec.

redecoro (s.d.). Página inicial. *redecoro*. Weblog [Online], disponible: <http://redecoro.zip.net/> [Acceso 07 Mayo 2013].

Tavares, T. (2003) I Congresso Internacional de Ar(r)ivistas – C.I.A. En: Lima, D. & Tavares, T. (eds), *I Congresso Internacional de Ar(r)ivismo: Anais*. [Online], Octubre, disponible: <http://tuliotavares.files.wordpress.com/2008/07/anais.pdf> [Acceso 19 Abril 2013]

Sobre los autores (afiliación institucional)

Ana Stela de Almeida Cunha - Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Carla Cerqueira - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)

Denise Cogo - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Glória Diógenes - Universidade Federal do Ceará (UFC)

Heloísa Buarque de Hollanda - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Joaquim Paulo Serra - Universidade da Beira Interior (UBI)

Jorge Martins Rosa - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas /Universidade Nova de Lisboa (FCSH/NOVA)

José Luís Garcia - Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa)

Leandro José Luz Riodades de Mendonça - Universidade Federal Fluminense (UFF)

Luís Bonixe - Escola Superior de Educação de Portalegre (ESEP)

Lydia Gomes de Barros - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Massimo Canevacci - Universidade de Sao Paulo

Rodrigo Saturnino - Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa)

Rosa Cabecinhas - Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (ICS-Minho)

Rosana Martins - Centro de Investigação Media e Jornalismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (CIMJ/NOVA)

Rosenverck Estrela Santos - Universidade Federal do Maranhão /Campus de Pinheiro (UFMA)



inCOM UAB

Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

incom.uab.cat

