



## **ACTIVISMO GRÁFICO EN EL MOVIMIENTO UBA DE PIE: LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES Y DE LA IMAGEN PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAUSA**

**RAVAZZOLI, Ignacio**

[iravazzoli@gmail.com](mailto:iravazzoli@gmail.com)

Instituto de Arte Americano, FADU UBA

### **Resumen**

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

En una sociedad en constante mutación que ofrece canales múltiples y participativos (Castells, 2009), el activismo gráfico adquiere una serie de particularidades signadas por las redes horizontales multimodales, que se sostienen a través de plataformas tecnológicas constituidas como circuitos inmediatos e igualitarios de



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

En este sentido, y desde un enfoque sociológico en relación con el diseño social, el objetivo de la presente investigación será analizar el activismo gráfico en un movimiento social autoconvocado contemporáneo como UBA de Pie, teniendo en cuenta un contexto signado por una sociedad del conocimiento que genera redes horizontales y que permite una participación tanto en la vía pública como a través de la web.

### **Palabras clave**

Imagen digital, Imágenes que interpelan, Redes sociales, Movimientos sociales autoconvocados, Imagen como documento

### **Introducción**

En una sociedad en constante mutación que ofrece canales múltiples y participativos (Castells, 2009), el activismo gráfico adquiere una serie de particularidades signadas por las redes horizontales multimodales, que se sostienen a través de plataformas tecnológicas constituidas como circuitos inmediatos e igualitarios de expresión, difusión y participación, abiertos y en constante construcción colectiva (Aranda, 2013). Movimientos como UBA de Pie, y las piezas gráficas producidas tanto para la manifestación pública como para la circulación digital, pueden analizarse a la luz de las particularidades del contexto tecnológico anteriormente mencionado. Los múltiples canales de producción y difusión de las piezas al interior de un movimiento que se



construye como apartidario y espontáneo, permiten la participación de un espectro amplio de creadores, tanto expertos como no expertos (Manzini, 2015) que construyen canales alternativos que ponen en cuestión a los discursos hegemónicos

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

El análisis se centrará en el caso del Movimiento UBA de Pie, surgido como reclamo al congelamiento presupuestario universitario del 2016 (y dentro del cual se encuentra el fenómeno FADU de Pie), y tomando como objeto de estudio al corpus de piezas gráficas generadas al interior del movimiento tanto por diseñadores expertos como no expertos. Se procurará abordar el caso en sus múltiples dimensiones en relación al diseño, lo que incluye la manifestación, las clases públicas e iniciativas al interior de las facultades, las producciones individuales y colaborativas llevadas a cabo por diseñadores profesionales y no profesionales (Manzini, 2015) para visibilizar la problemática.

La actualidad del tema implica una carencia de producciones teóricas en torno al movimiento que, dada su relevancia y magnitud, vuelve pertinente su análisis, de modo de comprender en profundidad la lógica de una iniciativa de alcance masivo y de amplia legitimidad en muchos de los sectores de la sociedad actual. Abordar las características del activismo gráfico al interior del movimiento y en el marco de una sociedad del conocimiento y de la información mediada por las redes horizontales multimodales, permite, por su parte, comprender las particularidades del diseño en un tiempo donde la virtualidad ya no es subsidiaria de la manifestación pública, sino que se compone como un elemento central en una retroalimentación entre lo virtual y lo real. Esto genera una serie de nuevos activismos y modos de circulación y visibilidad de las piezas, que ya no se reducen al soporte físico, sino que implican una circulación, viralización y reconfiguración en el espacio de la Web



que luego puede trasladarse a la manifestación en el espacio público (y viceversa).

A la luz de estos fenómenos, resulta relevante abordar las potencialidades gráfico-discursivas del activismo gráfico partiendo de la hipótesis de que, en movimientos apartidarios y autoconvocados, aquellos creadores expertos y no expertos cuentan con una libertad material, discursiva y recursiva para realizar sus diseños, lo que no suele suceder cuando las manifestaciones son organizadas por una institución o partido determinado. El “corset ideológico” que se impone desde arriba cercena muchas de las potencialidades del diseño, lo que no sucede cuando el movimiento no tiene un liderazgo visible, tal el caso de UBA de Pie. En este sentido, la riqueza del análisis versa en entender el contexto de las piezas producidas y el público al que se procura alcanzar, y cómo las características particulares del movimiento repercuten en el contenido, estética y circulación de las piezas.

### **El rol de Internet en la protesta: activismo gráfico virtual**

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

En cuanto a una subdivisión por provincias con respecto a la conectividad, y en términos absolutos, la Ciudad de Buenos Aires es la que dispone de mayor cantidad de accesos residenciales u hogareños. Según datos del INDEC del año 2014, la ciudad cuenta con 3.619.462 accesos, de los cuales casi la totalidad corresponde a una conexión de banda ancha, siendo el crecimiento interanual de los más bajos (2,8% con respecto a igual período del año anterior). En segundo lugar se ubica la Provincia de Buenos Aires, con 3.400.096, de los cuales casi la totalidad también corresponde a una conexión de banda ancha, y siendo el crecimiento interanual superior al de la ciudad (8,3% con respecto a igual período del año anterior). Entre ambas concentran el 54,5% de las conexiones del país, aunque en ambos casos la tasa de crecimiento interanual se ubica por debajo del promedio (11,2%). De ello puede inferirse que la penetración de Internet es muy superior al promedio nacional (sobre todo en la Ciudad de Buenos Aires), mientras que su uso se encuentra consolidado, teniendo en cuenta los primeros lugares que ocupan en cuanto a conexiones en términos absolutos en relación a las tasas de crecimiento interanuales inferiores a la media.

Distinto es el panorama cuando se realiza un análisis relativo de los datos. En función de la población total, en la Ciudad de Buenos Aires existen 1,368 conexiones por habitante, lo que la ubica en el primer puesto a nivel nacional



(en segundo lugar, con un índice marcadamente inferior, se ubica Tierra del Fuego con 0,976 conexiones por habitante, y en tercer lugar Chubut con 0,551). En tanto, la Provincia de Buenos Aires se ubica en el 14° puesto, con apenas 0,229 conexiones por habitante.

Dichos datos no implican una concepción de una Web accesible para todos, pero sí demuestran que en Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires, epicentros del movimiento, se concentra la mayor cantidad de usuarios de internet del país. Se entiende también que la conectividad se consolida en los sectores medios de la sociedad, que a su vez son los grupos sociales históricamente ligados a la universidad pública.

Hechas estas salvedades, se procede a describir analíticamente las diferentes producciones que implicaron el uso de recursos gráficos a través de la Web. Dentro de dichas acciones que incluyeron piezas gráficas, una de las más importantes fue la creación del sitio de UBA de Pie, que muestra de forma concisa y sencilla el estado de situación y exhorta al usuario a firmar un petitorio bajo el lema #DefendamoslaUniversidad. Dicho petitorio fue el que finalmente se le entregó en el Ministerio de Educación, como se menciona en las páginas anteriores. El sitio también posee una breve recopilación de piezas gráficas que circularon por las redes sociales, así como fotografías de las acciones y manifestaciones públicas en las diferentes facultades, y un video de corta duración que se utiliza para explicar de modo claro y veloz el estado de situación de la UBA y las necesidades y reivindicaciones que impulsa el movimiento.

En las redes sociales circularon gran cantidad de piezas alusivas diseñadas por la comunidad universitaria. A través de hashtags como #UBAdePie o #yodefiendolaeducaciónpública, y aprovechando las posibilidades de replicación de las redes, el contenido circuló y se viralizó, logrando generar mayor visibilidad de los reclamos partiendo de recursos gráficos. Sobre todo en Facebook e Instagram comenzaron a aparecer piezas que, conforme el movimiento crecía, se fueron volviendo más visibles y empezaron a llegar a un público más amplio. El mensaje de dicha gráfica fue homogéneo y coincidió con los hashtags utilizados por la comunidad: frases cortas y sencillas que ilustraban la situación universitaria: UBA de Pie, FADU de Pie, Yo definiendo la educación pública, fueron los lemas que más se repitieron en aquellas piezas tipográficas o que combinaban texto con imagen.

No obstante esta homogeneidad en el mensaje escrito, tal como se repitiera en las piezas que se observaron en las manifestaciones públicas, la estética y los recursos utilizados en la confección fueron muy heterogéneos. Dibujo a mano o con tableta digital, ilustración vectorial, combinación con fotografía, collage, uso de recursos tipográficos, son algunas de las herramientas que se destacan. Entre estas piezas, también puede establecerse una categorización teniendo en cuenta recursos y temáticas abordadas.



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

**Figura 1: Diferentes logos del Movimiento UBA de Pie**



### Relevo en Redes Sociales

A estas reversiones se le suma la presencia de otros logos asociados al movimiento. Uno de los más extendidos es el que combina dos elementos, una tijera y un burro, y que denuncia los ajustes y las consecuencias para la educación del país. La tijera como sinónimo de recorte se asocia con la figura del burro como metáfora de la degradación de la educación, configurando un logo sencillo y pregnante. Es interesante destacar que dicha pieza no fue creada específicamente para el movimiento UBA de Pie, sino que surgió en contra de la política de ajustes del gobierno de Fernando De La Rúa impulsadas por el ministro de Economía Ricardo López Murphy en el año 2001.

En la FADU, por su parte, circuló un logo donde la frase #yo banco la educación pública se combina con una silueta de un banco típico de los talleres de la facultad. Es menester destacar aquí que hubo dos versiones circulando por las redes que, si bien contenían los mismos elementos y la misma frase, diferían estéticamente uno del otro. No obstante, uno de ellos tuvo un alcance



más extendido, utilizándose en diferentes piezas, y siendo retomado para otras reivindicaciones posteriores al movimiento que le diera origen.

2) Los banners informativos fueron otros tipos de piezas gráficas que circularon por la Web. Pueden categorizarse en dos tipos: los que contienen información sobre la situación denunciada y los que transmiten fechas y horarios de manifestaciones y eventos asociados al movimiento. En el primer caso, a través de frases cortas se transmiten datos sobre la coyuntura universitaria, sobre todo en referencia al problema presupuestario y a la situación de movilización de la comunidad educativa. En el segundo caso se informa sobre las fechas, horarios y lugares de encuentro de las marchas, sobre todo de la concentración principal del 12 de mayo del 2016.

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

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

### **Sociedad del espectáculo y extimidad en torno al activismo gráfico**

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



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

Esta conjunción de soportes puede observarse en dos dimensiones. La primera, cuando las piezas que circulan por la Web adquieren un soporte físico, tanto en su formato original como con variaciones y/o asociaciones gráficas con otros elementos. Un ejemplo de ello serían los logos, que fueron impresos tal como figuraban en su soporte virtual en remeras y posters, tanto como en otras piezas donde fueron incluidos como una parte donde se conjugaron otros recursos y elementos gráficos. La segunda, cuando las piezas corpóreas son captadas fotográficamente para posteriormente ser subidas a las redes, de modo de aumentar el alcance de la gráfica y de la reivindicación del movimiento en general.

Aquí pueden observarse, a su vez, dos fenómenos. El primero, cuando las piezas gráficas aparecen retratadas en una imagen que posteriormente los sujetos, presentes o no en las marchas y eventos públicos del movimiento, suben a las redes sociales. Esto oficia como testimonio virtual del fenómeno físico de la manifestación, y cada sujeto deja constancia en sus perfiles su presencia en el espacio público y/o su adscripción a las reivindicaciones del movimiento independientemente de su participación física. El caso más extendido fue la viralización de una imagen aérea donde podía observarse la magnitud de la concentración. La imagen fue captada, presumiblemente, desde una terraza o balcón de un edificio situado en alguna de las calles por donde transitó la movilización, por alguien que no estaba participando activamente del fenómeno sino que más bien lo observaba desde lo alto. Por otro lado, también abundaron las fotos tomadas desde dentro de la manifestación, donde innumerables testimonios de gente con sus pancartas pobló los muros de las redes sociales durante el lapso en que se produjo el fenómeno.



**Figura 2: Mosaico de imágenes que circuló por Facebook**



### Relevo en Redes Sociales

El segundo fenómeno se observa cuando las imágenes captadas se recombinan y/o reconfiguran para dar surgimiento a otro testimonio gráfico diferente. Entre estos casos puede contarse el mosaico de imágenes sosteniendo carteles con reivindicaciones, o las imágenes del fenómeno intervenidas digitalmente, como una fotografía intervenida del patio de la FADU, donde sobre un cartel que rezaba “Paro docente” se sobrescribieron caracteres, de modo de cambiar el mensaje a “Pago decente”.



**Figura 3: Fotografía intervenida del patio de la FADU**

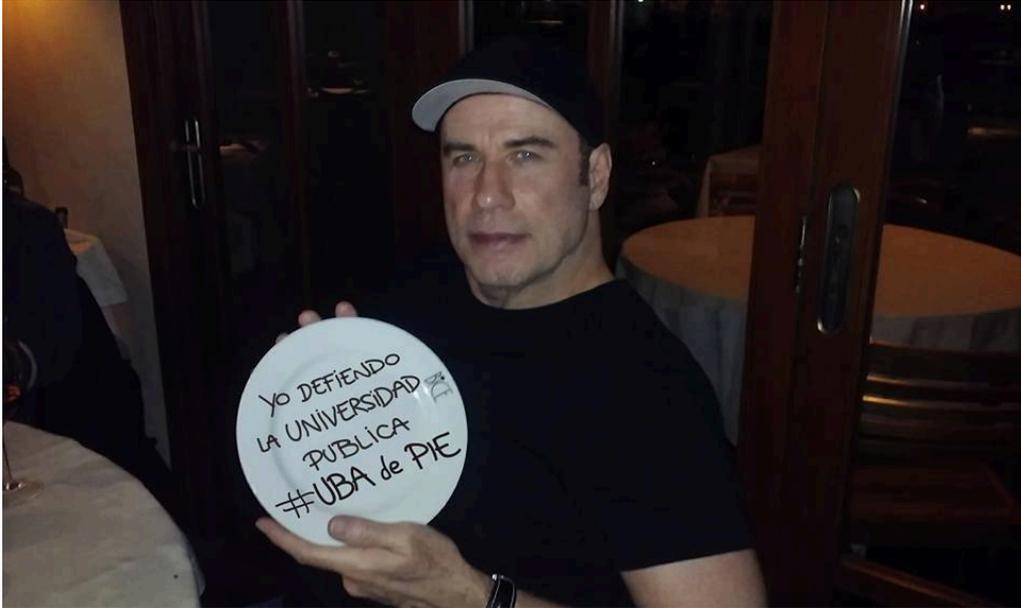


Imagen propia que luego fue intervenida por un estudiantez.

De acuerdo a lo analizado, resulta indudable que la sociedad actual se encuentra mediada por las nuevas tecnologías de la comunicación y por una espectacularización de la vida donde el espectáculo se vuelve un fin en sí mismo y se erige como la producción por excelencia del sistema contemporáneo. Los movimientos sociales se encuentran dentro de esta lógica, no obstante lo cual representan, a través de las potencialidades de comunicación horizontal y no dirigida de las nuevas tecnologías, canales que ofrecen alternativas a los discursos hegemónicos. Aún sin estar por fuera de la lógica del espectáculo que autores como Debord desarrollan, los movimientos con las características de UBA de Pie y las producciones gráficas relacionadas se insertan dentro del sistema del mundo de una imagen autónoma y de la espectacularización de los eventos, aunque persigan objetivos opuestos al sistema que sostiene estos procesos. Un claro ejemplo de esto es la fotografía que circuló de John Travolta sosteniendo un plato sobre el que estaba escrita la frase “Yo defiendo la universidad pública #UBA de Pie”.



**Figura 4: Imagen que circuló en redes sociales durante el Movimiento**



#### Relevo en Redes Sociales

Aprovechando la visita del actor a la Argentina, que coincidió con el período de desarrollo del movimiento, la foto comenzó a circular por las redes sociales. Ahora bien, la imagen no es real sino un montaje fotográfico, ya que en la imagen original Travolta aparece sosteniendo el plato pero con una dedicatoria y su firma. Esta práctica, que se ha vuelto usual en los últimos tiempos, sirve como herramienta para captar la atención de la audiencia en base a la figura de un personaje famoso, y debe analizarse a la luz de las particularidades de la sociedad del espectáculo: ya no es lo fundamental que el personaje adhiera verdaderamente a una causa, sino que alcanza con que parezca que en verdad lo hace, aun cuando en muchos de los casos quien observa la imagen es consciente de que se trata de una fotografía intervenida. A esto se agrega que en una era informacional donde el caudal de imágenes y noticias se encuentra en constante variación y crecimiento, aquello que se aparta de los parámetros normales del movimiento, en este caso por la aparición de una figura internacional, provoca una espectacularización de un hecho de la vida cotidiana y se presenta como una novedad que logra captar la atención de los sujetos.

Desde esta óptica la forma en que los sujetos se relacionan a través de las imágenes construidas desde los grandes medios de comunicación y desde el intercambio vía redes sociales y no desde la vivencia, es la forma en que, según Debord, se consume un menú de mercancías degradadas y se acepta una construcción artificial y dirigida del sentido del mundo como si fuese el medio natural. Así la representación muestra algo más real que la experiencia vivida, más real que las propias necesidades, reduciendo al individuo a la



condición de espectador pasivo en la política, en la producción y el consumo, en la aceptación del estado de cosas existente.

Sin embargo, en movimientos como el analizado, el intercambio a través de las redes horizontales multimodales, lejos de generar una lógica pasiva por parte de los sujetos, contribuyó a un movimiento que no solo pudo observarse en la producción de material gráfico para la Web, sino que sirvió para trasladarlo a la calle. La difusión, la viralización de afiches y piezas de activismo gráfico de diseñadores tanto expertos como no expertos (Manzini, 2015) a partir de una lógica sin un centro ni liderazgos determinados, contribuyó a que al activismo virtual se le agregara un activismo real que desembocó en una gran marcha que, al fin y al cabo, surgió desde la convocatoria difusa producida a través de las redes. De este modo el show del yo, donde el sujeto espectaculariza su propia cotidianeidad, dio paso a un movimiento colaborativo donde las nociones de autoría se difuminaron en la reivindicación de una causa común que excedió la pasividad y que provocó un activismo en las redes sociales que se continuó en el espacio público. Así, las redes exceden la noción de dispositivo de las sociedades de control, dado que por una parte es cierto que ofrecen la posibilidad de procesar patrones y datos a través de la Big DATA, y distribuyen un control social entre los usuarios; pero también posibilitan un empoderamiento colectivo a partir de novedosos métodos de resistencia de los que aún no se pueden prever sus efectos socio-históricos (Peirone, 2017).

Esta presencia de la imagen donde se retrata el activismo gráfico en la manifestación también se relaciona estrechamente con la noción de extimidad desarrollada por Sibilía. Dicha característica de la sociedad red, en estos casos, también posee un carácter y una potencialidad contestataria que desemboca en modos divergentes de estar-en-el-mundo que construyen procesos de subjetivación alternativos. El sujeto no deja de exhibir-se mencionando y generando material gráfico en las redes, pero el ombliguismo que menciona la autora se subordina a una causa común. El caso de la autoría de las piezas es elocuente al respecto: en la mayoría del material circulante no se especifica a un autor determinado, sino que se comparte como testimonio de una reivindicación colectiva.

Sibilía observa en este sentido que la web alberga un amplio espectro de prácticas “confesionales” a partir de las cuales millones de sujetos se apropian de diversas herramientas disponibles en el mundo online para exponer públicamente su intimidad. Según la autora “en medio de los vertiginosos procesos de globalización de los mercados, en el seno de una sociedad altamente mediatizada, fascinada por la incitación a la visibilidad y por el imperio de las celebridades, se percibe un desplazamiento de aquella subjetividad “interiorizada” hacia nuevas formas de autoconstrucción” (Sibilía, 2008, p. 28). Esto implica un tipo de yo más epidérmico y dúctil signado por una socialidad líquida donde la personalidad ya no es introducida sino más



bien alterdirigida, dado que las construcciones del sí mismo se orientan a la mirada ajena y no hacia la introspección y el intimismo. Estas cuestiones pueden observarse en el movimiento UBA de Pie, dado que los sujetos exteriorizan opiniones a través de material tanto escrito como gráfico en las redes sociales, pero excediendo el mero narcisismo, para comenzar a formar parte de una construcción que funciona como reivindicación en tanto activismo colectivo que se construye como entidad multicentrada y sin liderazgos partidarios. El material gráfico generado, en tal sentido, puede asociarse con los diarios éxtimos de los que habla Sibilia, pero un diario que es a la vez individual y colectivo, y simultáneamente expresión de una construcción del yo a partir de la extimidad y de un movimiento reivindicatorio colectivo que se vale de esa extimidad para lograr visibilidad en una sociedad signada por el espectáculo.

Por otra parte, movimientos como el analizado ofician como manifestaciones que sacian la “sed de veracidad” de los sujetos contemporáneos que menciona la autora. Según Sibilia la creciente ficcionalización y estetización de la vida cotidiana a partir de recursos mediáticos es acompañada por la búsqueda de una experiencia auténtica: se busca lo realmente real. Compartiendo reflexiones y producciones gráficas, los sujetos se sienten partícipes de un evento a la vez real y espectacular, cuya relevancia lo colocó, durante días, en las primeras planas de los medios de comunicación. De esta forma, los sujetos se sienten parte, generan material que conforma un diario éxtimo individual-colectivo que potencia el mensaje del movimiento y también consumen con ansia los chispazos de intimidad ajena de un otro que, en esta situación particular, se emparenta estrechamente con el sí mismo.

Por todo lo dicho, la espectacularidad y la extimidad son elementos contemporáneos que implican la configuración de un nuevo sujeto histórico. Dicho sujeto exterioriza su privacidad a través de diferentes canales entre los que se cuentan las redes sociales, en un contexto de preponderancia de una imagen que se autonomiza y de la espectacularización de los sucesos.

Las nuevas tecnologías como las consignadas pueden analizarse como herramientas de una sociedad de control cada vez más abarcativa. No obstante ello, en casos como el del Movimiento UBA de Pie, tanto las nociones de extimidad como de sociedad del espectáculo cobran un nuevo cariz que no solo se vincula con el narcisismo y la omnipresencia de la imagen espectacular.

Por una parte, cabe mencionar que estos movimientos, si bien cuestionan el régimen establecido, están a la vez insertos en un sistema de cuyas reglas es necesario valerse para lograr una visibilidad que le dé razón de ser a una causa que requiere de los medios de comunicación para potenciar su efecto. En la sociedad del espectáculo donde parecer es más importante que tener, los movimientos como el analizado deben tener en cuenta a la espectacularidad como rasgo a considerar. Si en la sociedad actual lo que no se ve no existe,



entonces deben establecerse estrategias que propicien la visibilidad, la viralización y la construcción espectacular de los sucesos, de modo de convertirse en hechos visibles para la sociedad.

### **La figura del hashtag como nexa entre lo virtual y lo corpóreo**

Una de las estrategias contemporáneas para lograr que estos hechos y reivindicaciones se vuelvan visibles socialmente es el uso del hashtag. La utilización de este recurso en un mundo mediado por las nuevas tecnologías de la comunicación se vuelve fundamental para difundir y viralizar mensajes e iniciativas de todo tipo. Medios de comunicación, partidos políticos, clubes deportivos, son algunas de las agrupaciones que utilizan la figura del hashtag para instalar y viralizar ciertos temas y/o expresiones en función de sus propios intereses. Pero el uso de esta herramienta no es patrimonio exclusivo de grupos o instituciones sino que cada sujeto puede crear su propio hashtag para expresarse, muchos de los cuales luego son reapropiados por los medios de comunicación.

El movimiento UBA de Pie no se encuentra exento de esta lógica. Una serie de hashtags sirvieron para darle visibilidad al reclamo y contribuyeron a la viralización de la iniciativa, lo que a su vez repercutió sobre la cobertura mediática del movimiento. #Yobancolauniversidadpública, #ubadepie y #fadudepie fueron los hashtags más utilizados por la comunidad, lo que pudo observarse en Facebook, Instagram y Twitter, redes sociales de mayor alcance al momento de los sucesos. En Instagram el primer hashtag fue incluido en 240 publicaciones, el segundo en 2144 y el tercero en 1498. En Facebook y Twitter la tendencia fue similar.

Estos hashtags, en concordancia con las características del movimiento, no poseen un origen distinguible. La autoría es difusa, procede de sujetos anónimos y no de partidos u organizaciones participantes. No obstante ello, su utilización se extendió y fue retomada por las agrupaciones políticas, grupos involucrados y una gran cantidad de sujetos que participaron del movimiento y que se constituyeron como el centro de las reivindicaciones.

Por otra parte, el rasgo principal a destacar teniendo en cuenta el objetivo de la presente investigación es la presencia del hashtag en la gráfica. Su uso no se produce solo en el cuerpo del posteo, sino que también aparece integrado como lema en las diferentes piezas que circularon durante el desarrollo del movimiento. De este modo hay una redundancia del recurso: mientras que en el cuerpo del posteo el hashtag permite la asociación con piezas de la misma temática y la viralización del mensaje, dentro de la pieza gráfica la frase se repite reforzando la idea y dejando de manifiesto la importancia de las redes sociales en la difusión en los movimientos reivindicativos contemporáneos como el analizado. Ilustraciones, fotografías y banners informativos de diversos



estilos empezaron entonces a circular por la web integrando al hashtag como lema y elemento central.

**Figura 5: Gráfica donde aparece el uso del hashtag**



### Relevo en Redes Sociales

También es pertinente mencionar que el hashtag excede su presencia y uso en el contexto virtual y se traslada a las piezas corpóreas. La reivindicación escrita ya no se construye como una oración tradicional sino que se incluye el signo #, lo que también demuestra que los movimientos sociales actuales ya no pueden pensarse ni como manifestaciones públicas solamente, ni como acciones urbanas de las cuales la producción de contenidos a través de la Web no es más que un elemento secundario. Tanto en las manifestaciones como en las acciones dentro y fuera de la universidad se repitió la presencia de imágenes donde el hashtag también ocupó un lugar central, aun cuando su función fuese distinta de la del soporte virtual. Aun así, en las piezas corpóreas el hashtag expresa la centralidad de las nuevas tecnologías con respecto a la generación y difusión de mensajes reivindicativos como el que expresa UBA de Pie.

De esto se desprende que la figura del hashtag en la gráfica oficia como un nexo entre el aspecto real y virtual del movimiento, dejando de manifiesto que, en una sociedad red donde la conectividad de los sujetos y la circulación de información son aspectos centrales, las acciones públicas deben pensarse como una retroalimentación entre la clásica acción en las calles y el activismo virtual. Y en esta interrelación entre lo corpóreo y lo virtual cobra vital importancia el papel de las redes horizontales multimodales, dado que genera una comunicación entre actores diversos sin liderazgos distinguibles y un intercambio de experiencias y materiales donde el hashtag cumple un rol fundamental a la hora de propiciar una difusión masiva de las consignas que



impulsa el movimiento. A continuación, entonces, se desarrollan las particularidades de estas redes y su relación con el activismo gráfico surgido como herramienta reivindicativa de expresión.

## **Conclusión**

A través del desarrollo del presente escrito se han abordado las particularidades de un movimiento social reivindicativo en un contexto contemporáneo donde las nuevas tecnologías de la información se vuelven un recurso fundamental en la vida cotidiana de los sujetos. Iniciativas como UBA de Pie, en este sentido, adquieren una serie de características que explican nuevas prácticas y métodos de difusión, tal como puede observarse en el corpus de piezas gráficas estudiado.

El primer rasgo para comprender estos fenómenos de acuerdo a su contexto de surgimiento, es el de la retroalimentación entre lo corpóreo y lo virtual. En una sociedad red donde la conectividad es un rasgo central, los movimientos sociales ya no pueden entenderse solamente como manifestaciones en el espacio público sino que deben empezar a pensarse como procesos que se complejizan y adquieren nuevas lógicas en el ámbito de la virtualidad. Las piezas gráficas tampoco pueden pensarse desde su soporte exclusivamente físico o virtual, dado que muchas de ellas surgieron pensadas para una circulación a través de las redes sociales y luego fueron utilizadas en piezas impresas, mientras que mucha de la gráfica impresa luego fue retomada en las redes sociales para intentar viralizar el mensaje. La difusión, entonces, se erige como un aspecto central donde el accionar de los sujetos participantes a través de acciones en el ámbito virtual colabora de modo fundamental para lograr instalar al movimiento en la agenda pública y en la consideración de los medios de comunicación. En una sociedad donde los eventos se espectacularizan y donde los sujetos exponen su vida privada a través de las redes, las fotografías y la gráfica asociada al movimiento operaron como testimonio de los sujetos implicados, cuya exposición de sus vivencias personales se puso al servicio de una construcción colectiva.

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

Dentro de este conjunto de creadores estuvieron implicados tanto diseñadores expertos como no expertos: lo importante no fue la calidad estilística ni la conformación de un sistema gráfico, sino la utilización libre de los recursos



gráficos para propiciar la participación de un espectro social amplio y la difusión y viralización de las reivindicaciones impulsadas. De este modo la gráfica no se conformó de acuerdo a criterios de calidad del diseño sino como una herramienta de expresión a la vez personal y colectiva, tal como queda de manifiesto en la ausencia de la autoría en la mayoría del material circulante. Lo fundamental entonces no es reconocer al autor detrás de cada pieza sino más bien lograr que sea representativa del reclamo y que circule y se viralice para lograr aumentar el alcance del movimiento.

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

## **Bibliografía**

- Peirone, F. (2017). Mostrarse, la nueva intimidad. En *Revista Anfibia*. Recuperado de: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mostrarse-la-nueva-intimidad/>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y de esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Manzini, E. (2015). *Design when everybody designs. An introduction to Design for Social Innovation*. Estados Unidos: MIT Press.