

# Una apuesta hacia la comunicación alternativa y popular

Por: Trinchera Ganja, la Direkta, Lumpen, Mefisto



Grafiti: Calle 5ª Parque de los Estudiantes

A pesar de la cantidad de información que circula hoy en día, las formas como se accede a la misma no son tan democráticas ni tan públicas como tenderíamos a creer. La balanza de la audiencia se inclina hacia la televisión y la radio, lo que llevaría a pensar que ver televisión y escuchar radio es una manera económica y efectiva para informarse. Sin embargo, de tanta información emitida es muy poca la que expresa lo que se vive a diario en los campos y ciudades colombianas. Lejos estamos de conocer la amplitud y diversidad de las regiones o la realidad de muchos de los conflictos que se viven en zonas rurales y urbanas. Pareciese entonces que existiera una ruptura entre lo que sucede real-

mente y lo que se comunica. ¿Será que existe más de una versión sobre lo que nos muestran como información? ¿O será que también se pueden construir ficciones a través del manejo de la opinión pública? En este presente mediatizado, donde los *realitys* juegan a ser la realidad y los noticieros se ocupan más de las noticias producidas por las novelas, ¿cómo se demarca la frontera entre la realidad y la ficción? Estas son tan sólo algunas de las preguntas que surgen cuando nos acercamos a los informativos nacionales de televisión, o a los programas que pululan en la radio comercial colombiana.

Frente al poco acceso que brindan los medios de comunicación para producir y difundir información propia, aparecen ejercicios comunicativos alternativos que con un trabajo colectivo ofrecen versiones no oficiales de aquello que a los medios de los grandes grupos no les interesa mostrar. Gracias a la aparición de las nuevas tecnologías, o de las clásicas como el cartel, el panfleto, el grafiti, el perifoneo, hoy muchos grupos trabajan para abrirles paso a lo que Jesús Martín Barbero llamaría “las formas populares de la esperanza”, es decir, el desarrollo de la comunicación propia, que logra comunicar otros mensajes de acuerdo con las propias necesidades y lenguajes.

Quizá lo más interesante de estos procesos es la manera como los mismos protagonistas o generadores de la información se van convirtiendo en comunicadores. Estas experiencias comunicativas usan recursos que están a la mano, trabajan con bajos presupuestos, y se apropian de nuevos saberes para finalmente lograr elaborar productos comunicativos que si bien no muchas veces cumplen con cánones estéticos, logran su principal objetivo: comunicar.

Estos ejercicios, además de transmitir mensajes, se diferencian también en la manera de producirlos, de intervenir el espacio público sea físico o virtual. En ellos se comunica sin delegar mensajes a otros, se grita sin que se simule o escandalice, se plasme, se interviene, se debate, se escucha y comparte, todo sin filtros y claro, sin farándula. En Cali poco a poco hemos visto cómo los muros de las calles de la ciudad comienzan a aparecer masivamente intervenidos para plasmar mensajes que se quedan en el inconsciente urbano de la ciudad...

Este es el caso del trabajo que han realizado colectivos como *Trinchera Ganja*, *La DireKta*, *Lumpen*, *Mefisto*, que con diferentes estrategias comunicativas (grafitis, stencil, video, internet o medios impresos) se han encontrado para trabajar en un proyecto de comunicación que intenta tener un carácter popular en la medida que busca construir información de la mano de organizaciones sociales. En el caso de estos colectivos, veremos la consolidación de esta propuesta de comunicación popular a través de una apuesta de trabajo en conjunto con el proceso de la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria*.

No sobra decir que la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria* se propone como una plataforma social que, más allá de un espacio étnico, se proyecta como un esfuerzo intersectorial para proponer un nuevo proyecto de sociedad. Así, la *Minga* convoca a diversos sectores, estamentos y organizaciones: campesinos, mujeres, comunidades negras, estudiantes, organizaciones barriales y sindicales. Teniendo en cuenta ese sentido colectivo y solidario de *Minga*, estos colectivos se han propuesto desarrollar estrategias comunicativas que permitan profundizar en el sentido de unión y organización de este proceso para profundizar en las potencialidades de la acción colectiva, independientemente del sector u organización social al que se pertenezca. Esta relación tejida entre colectivos de comunicación y organizaciones sociales que trabajan con objetivos comunes, es la que queremos dar a conocer para que reflexionemos alrededor de lo que puede ser una experiencia de comunicación alternativa y popular.



*Trinchera Ganja* es uno de los colectivos que se ha hecho presente en el proceso *Minga* y lleva trabajando en Cali hace ya cuatro años. Este grupo plantea una fuerte crítica a la estigmatización de plantas consideradas como ancestrales por las culturas indígenas americanas (como la hoja de coca, la marihuana, el peyote) para articular el conocimiento popular que tienen las comunidades con respecto a estas plantas con propuestas de agricultura urbana y soberanía alimentaria. A través de la visibilización de los usos ancestrales de estas plantas, la *Trinchera* trata de establecer un fuerte cuestionamiento a ciertos órdenes del actual proyecto nacional. En este caso, su propuesta comunicativa utiliza los medios gráficos y el mural callejero para dar a conocer su mensaje. Desde este punto de vista la *Trinchera* se articula a la *Minga* como movimiento social para difundir diversas representaciones que se construyen alrededor de la autonomía y la soberanía: “Salir a la calle, estar en la calle... alzar la voz masivamente es una fuerza que podemos ejercer como pueblo, es una posibilidad que tenemos para mostrar una propuesta diferente de país. Para ponerla en el escenario de las cosas que están propuestas, que de pronto no se ven en otro lado y que solamente se van a ver cuando la gente esté en la calle” (Ana, integrante de *Trinchera Ganja*, Cali, enero de 2010).

Para la *Trinchera*, entrar a trabajar la calle como escenario de comunicación masiva significa crear nuevos canales de movilización social. Podría decirse que el colectivo ha buscado, a través de sus intervenciones, generar preguntas alrededor de la identidad y la nación. La calle como escenario propicio para el desarrollo de propuestas e intervenciones se transforma en canal masivo de comunicación para involucrar a las personas que generalmente no se hacen partícipes de las movilizaciones. Más allá de las movilizaciones masivas que llegan cada cierto tiempo a Cali, como la *Minga*, la *Trinchera* aspira a consolidar propuestas en un espacio cotidiano donde el ciudadano de a pie se sienta involucrado a través de los mensajes que se envían en los murales y el grafiti. Estos buscan dar a conocer por qué la *Minga* es un *Masivo Movimiento*, como afirma uno de sus murales situado al frente de una estación del MIO; o por qué “*me planto*”, no solamente como acción de sembrar, sino también como afirmación política frente a la desigualdad, frente a la penalización, o simplemente porque las plantas no son como las pintan en la propaganda estatal. “Es a partir de las intervenciones urbanas, públicas y accesibles para todos y todas, como es posible construir una intención que por medio de la crítica forje un nuevo uso y definición del territorio, para que nos pensemos como agentes activos

**“Es a partir de las intervenciones urbanas, públicas y accesibles para todos y todas, como es posible construir una intención que por medio de la crítica forje un nuevo uso y definición del territorio, para que nos pensemos como agentes activos en la construcción de un proyecto de ciudad realmente inclusiva”**

en la construcción de un proyecto de ciudad realmente inclusiva”, dice Oscar, integrante de *Trinchera Ganja* (Cali, enero de 2010).

Otra persona que busca elaborar intervenciones críticas en la calle es *Mefisto*. Siendo uno de los más reconocidos grafiteros del país, *Mefisto* ha buscado generar mensajes que interpelen directamente a sus receptores a través de una producción visual llena de movimiento, color y frases concretas que invitan a la reflexión. “Cruza la frontera”, “Haz caso omiso”, “Camina la palabra”, “inDios we trust”, son algunos de los elementos utilizados para la construcción de mensajes que, como la *Trinchera*, tratan de generar preguntas alrededor de la manera como estamos construyendo la sociedad colombiana: “[...] cuando lanzamos el trabajo a la calle tratamos de mediarlo, por un lado, entre aprovechar la calle como un medio de comunicación directa y, por otro lado, a través del contenido de los mensajes, que por lo general tienen mucho que ver con reflexiones cotidianas en torno a la cultura y a los comportamientos. Porque más allá de un discurso político establecido, con una serie de caminos que ya están marcados, pensamos que un proyecto de comunicación como este tiene que generar una serie de cuestionamientos simbólicos en el comportamiento y en la cultura, para realmente aspirar a transformar lo que estamos viviendo” (*Mefisto*, Cali, enero de 2010).

Para *Mefisto* el grafiti ha sido un espacio de encuentro con otras personas y experiencias, en el que se plantean otras lógicas en cuanto a la comunicación y la intervención visual. Para él “[...] la creación visual no tiene que estar inscrita en una dinámica de producción: cliente + pieza gráfica, en la que el diseñador simplemente ayuda a que el mensaje se vea bonito, sino que precisamente se convierte en la posibilidad de abrir espacios para que la gente se exprese libremente. Ahí encontramos de todo: gente que simplemente quiere escribir su nombre, gente que tiene una tendencia política muy definida y va a lanzar sus mensajes, o gente que simplemente empieza a encontrarse a partir de lo estético, con la técnica y el espacio, a plantear otras cosas diferentes”.

Para *Mefisto* el grafiti no se limita a la intervención urbana, sino que se concentra en la posibilidad de enviar mensajes que cuestionen no sólo lo que hacemos sino también lo que somos. *Mefisto* interpela la construcción de ciudadanía a través de los usos y potencialidades de



los *micropoderes* callejeros. De la mano del grafiti y de las pequeñas intervenciones con *stickers* y *flyers* se apela a la expresión de lo común que todavía conservan las calles: “Para nosotros es muy importante aprovechar la calle como un medio de comunicación directa para los mensajes que queremos lanzar. Así empezamos a generar reflexiones y discusiones en torno a la apropiación del espacio público y al ejercicio de la ciudadanía a través de la apropiación de la calle; y aunque puede que esos espacios no estén pensados para eso, la utilización y la lógica de la gente los subvierte y los transforma en escenarios de discusión pública”. *Mefisto* ha colaborado con el diseño de piezas gráficas para el proceso de la *Minga de Resistencia Social*, ayudando en la búsqueda de imágenes que puedan servir para identificar dicho proceso frente a sus integrantes, pero también, y quizás mas importante, hacia aquellos que aún no lo conocen.

Aquí sería interesante retomar algunas de las reflexiones que hace Armando Silva en su libro *Imaginario urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos*, para entender las transformaciones del fenómeno grafitero y darnos cuenta cómo el trabajo de la *Trinchera* o de *Mefisto* se sale de los cánones tradicionales. Para Silva, el análisis del grafiti como expresión urbana puede pensarse en tres fases de caracterización: una fase de planeación sobre la intervención o *pre-operatoria*, definida por la marginalidad, el anonimato y la espontaneidad de la intervención; una fase de realización u *operatoria*, compuesta por la

escenidad y velocidad de la acción grafitera; y, finalmente, una fase *post-operatoria* o residual del mensaje, que tiene que ver fundamentalmente con la fugacidad de la pintura, ya que esta puede ser borrada en cualquier momento.

Casos como el de la *Trinchera Ganja* y *Mefisto* merecen ubicarse en una nueva noción del grafiti, por fuera de los cánones tradicionales para caracterizar este fenómeno. Así, la “marginalidad” propia del fenómeno grafitero estaría seriamente amenazada por estos colectivos, si se tiene en cuenta que sus mensajes buscan comunicarse con la sociedad civil interpelando las nociones de lo público en tiempos neoliberales. Tanto la *Trinchera* como *Mefisto* firman sus trabajos y cuentan con plataformas digitales de difusión masiva como flickr.com o sus respectivos blogs. Ambos son colectivos o figuras públicas que no pretenden quedarse en la sombra del anonimato; por el contrario, su búsqueda se dirige hacia la integración y valoración de sus obras en el tejido social comunitario.

En esta nueva forma de trabajo, la “fugacidad” como un valor postoperatorio del grafiti se transforma. En el Parque de Jovita o de los Estudiantes es posible sorprenderse con el nivel de reconocimiento que los murales y grafitis han alcanzado en la comunidad que los habita y transita. Pero este fenómeno no sucede solamente por sus virtudes estéticas o de embellecimiento de la ciudad, como suele suponerse. Tal y como mostraría Martha Cooper, la famosa antropóloga visual y



Graffiti: Calle 5ª por Trinchera Ganja

Cxha  
Cxha  
TXIKIXI

fuerza  
de  
jaguare



...le digo,

Fotos: <http://www.flickr.com/photos/mingo>

coautora de *Subway Art* en una conferencia realizada en Bogotá el año pasado, en los *tags* y los grafitis de las metrópolis contemporáneas es la gente de la ciudad la que habla. La extensión actual del fenómeno grafitero en Colombia da cuenta de la reconstrucción de un sujeto popular que utilizando nuevos espacios de difusión vocifera cientos de manifiestos políticos, inscribiéndolos en las paredes, deslizando sus registros como enredaderas de pintura que se extienden sobre las grietas de un espacio público que se resiste a la privatización.

Y haciendo referencia a los espacios públicos, es importante saber que las expresiones populares no sólo se hacen a través de la intervención visual por medio de los grafitis. También algunos impresos pueden ser considerados expresiones populares que ante el avasallaje digital continúan apareciendo. Con esta idea presente nace en Cali otra experiencia impresa, como un espacio que desde la universidad Icesi busca abrirse y articularse a otros sectores sociales. *Lumpen Boletín Estudiantil* pretende consolidarse como periódico y dejar atrás la información domesticada para abrir canales hacia otros flujos que recorren la comunicación alternativa. Este impreso busca construir su información y sus vías de información desde un “nosotrxs” que reconoce su heterogeneidad para fortalecer estrategias comunicativas alternativas. En este sentido, *Lumpen* se ha vinculado con la *Minga de Resistencia Social* para buscar fortalecer los caminos que conduzcan a la inclusión y a la participación democrática en la sociedad colombiana. Con el anterior ideario se pretende que la crítica aprisionada dentro de los barrotes positivistas y las voces lumpenizadas por el academicismo se escuche con una nueva idea de campus universitario que se acerque a un trabajo desde la comunidad y para la comunidad.

En esta diversidad de organizaciones e iniciativas que vienen trabajando en el campo de la comunicación surge también *La DireKta* como otro colectivo de comunicación popular vinculado al proceso de la *Minga*. *La DireKta* ha venido apoyando la consolidación de estrategias y plataformas de medios para organizaciones sociales, en busca de fortalecer la relación de iniciativas en el trabajo de comunicación popular y alternativa. A pesar de la existencia de muchos colectivos que trabajan en comunicación, no hay espacios de encuentro y coordinación en pos de la conformación de redes regionales y nacionales. El trabajo de *La DireKta* en la *Minga de Resistencia Social* ha buscado

**“...La extensión actual del fenómeno grafitero en Colombia da cuenta de la reconstrucción de un sujeto popular, que utilizando nuevos espacios de difusión, vocifera cientos de manifiestos políticos, inscribiéndolos en las paredes, deslizando sus registros como enredaderas de pintura que se extienden sobre las grietas de un espacio público que se resiste a la privatización”.**

generar alianzas con otros colectivos de comunicación, entre los cuales se puede mencionar la *Trinchera Ganja*, *Mario Waiss*, el *Andarín* y el *CRIC* en el Cauca y Valle del Cauca; las *Mingas por el pensamiento*, *Antena mutante*, *Cronopios*, y *Comuna Universitaria* en Bogotá; *La Radio-grafía* en Manizales, *Tales* en Medellín y *La Región Imaginada* en el Caribe.

Estas alianzas pretenden ensanchar el impacto comunicativo de los mensajes que se desprenden tanto de la *Minga* como proceso, como de las organizaciones mingueras. La idea no es crear un aparato centralizador de la información sino que esta fluya como proceso organizativo a través de diferentes puntos o nodos que permitan mantener tejida una red de información y de solidaridad. De esta manera, se busca atenuar las limitaciones espaciales que imponen un trabajo que como la *Minga* se propone alcanzar el ámbito de lo nacional.

A modo de síntesis podría decirse que si bien, como diagnosticaba Guy Debord en su libro *La sociedad del espectáculo*, vivimos nuestra realidad social mediada por imágenes espectaculares, las cuales se desarrollan en la teatralización de la “cosa política”, también existen reacciones defensivas por parte de la sociedad y la cultura. Es así como

desde un punto de vista social ha venido definiéndose un interesante imaginario de lo que puede llegar a ser “un nuevo proyecto nacional” más allá de la fragmentación multicultural que se arraiga desde 1991. En esta dinámica, la soberanía se consolida como punto coyuntural en la construcción de relaciones de autonomía con los contextos regionales, locales y globales. Desde el punto de vista cultural, la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria* se propone exponer a través de los medios disponibles la fragmentación del país, el reconocimiento de nuestras historias; el respeto por ese “otro” que al fin y al cabo somos todos. Un encuentro en el que nos *enminguemos* todos y cuestionemos la “minoría de edad” a la que parecen someternos las falanges ideológicas de la actual comunicación masiva.

Así, frente a una lógica de mercado donde “todo” es sujeto de transacción comercial, de patrimonialización instrumental, o de despojo violento, surgen anticuerpos comunitarios y trincheras de resistencia comunicativa que, aprovechando las mismas herramientas de la dominación mediática, intentan estimular el cuerpo social para que reaccione frente al cáncer de la alienación simbólica.

**Más información en:**

[www.trincheraganja.net](http://www.trincheraganja.net)  
[www.ladirekta.org](http://www.ladirekta.org)  
[mingaledigo.wordpress.com](http://mingaledigo.wordpress.com)  
[lumpen33.wordpress.com](http://lumpen33.wordpress.com)



# Laboratorio Etnográfico

El Laboratorio Etnográfico es una estrategia pedagógica transversal al currículo del programa de Antropología. Su objetivo principal es propiciar un espacio de formación complementaria en el campo de la etnografía para fortalecer la formación investigativa de los y las estudiantes del programa.

Esta estrategia no sólo permite a los estudiantes enfrentarse a experiencias concretas de trabajo e investigación, sino que también ofrece la posibilidad de conocer de cerca la gran complejidad social y diversidad cultural del país a través de las salidas de campo, las cuales son determinantes en la apropiación de la sensibilidad y la visión antropológicas.

Para el desarrollo de las actividades, en el Laboratorio Etnográfico participan estudiantes y profesores de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Icesi. Eventualmente se ha contado con la participación de profesores invitados de otros programas y universidades, y de diferentes organizaciones e instituciones de acuerdo con las actividades que hemos realizado desde el segundo semestre de 2007.

ANTROPOLOGIA

Laboratorio Etnográfico  
UNIVERSIDAD ICESI