

Reproducido por:
BOLETÍN ELECTRÓNICO ANTIMILITARISTA
Nºs 25 y 26 / DICIEMBRE 2002 y ENERO 2003
MOVIMENT D'OBJECCIÓ DE CONSCIÈNCIA (MOC València)

¿POR QUÉ NADIE ME ESCUCHA? (O ¿CÓMO FUNCIONA LA GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN?), Luther Blisset y Sonja Brünzels

[Subvertir la normalidad de las situaciones cotidianas en las que se expresa y se reproduce la lógica del dominio y la sumisión, creando situaciones abiertas que puedan dar lugar a interpretaciones disidentes de la realidad. Renovar la práctica política de izquierdas con una buena dosis de guasa. Jugar «tácticamente», en el terreno del «adversario», apropiándose de los símbolos dominantes, alterándolos y tergiversándolos a conveniencia para devolverlos de nuevo al proceso comunicativo. Todo esto y mucho más propone el grupo A.F.R.I.K.A., Sonja Brünzels y Luther Blisset en el «Manual de Guerrilla de la Comunicación» (Virus Ed., 2000), eso sí, avisan, sin disponer de una verdad «tal que se podría inscribir en sus banderas y con la cual podrían machacar a las demás gentes de izquierda o a los no creyentes». Un libro que, además de ofrecer un enorme recetario para la acción y explorar las bases teóricas de la «guerrilla de la comunicación», traza una trayectoria histórica con los grupos o movimientos que han optado por esta forma de hacer política emancipatoria: dadaístas, situacionistas, provos, yippies, adbusters, spassguerrilla, y movimientos sociales como el de ocupación y el de insumisión. Ejemplos recientes son las campañas «Guerra Mítica», «Mundos soñados», o «Yomango», por citar solamente tres. El siguiente texto es un resumen del capítulo con el mismo nombre que puede encontrarse en el libro.]

*«La comunicación es imposible.» (constructivistas radicales)
«No se puede comunicar.» (Paul Watzlawick)*

Quién no conoce la siguiente situación: Vas y sacas una octavilla en la que llamas a participar contra una de las garradas habituales. Has discutido su contenido de manera consensuada, el análisis político es de una lógica irrefutable, las consecuencias están claras como el agua y las exigencias están formuladas de manera concisa, pero nadie te hace ni caso: por la mani sólo aparece la peña de izquierdas de siempre. La próxima vez lo haces mejor: no te limitas a repartir octavillas en los lugares habituales, sino que sacas todo un diario de barrio, que haces llegar a todas las vecinas, haces un programa en la radio local y metes, además, todo el material en alguna homepage de Internet, pero una vez más no reacciona ni cristo. Has formulado tu mensaje lo más claramente posible, has empleado para su difusión todos los medios a tu alcance y tampoco crees que los receptores simplemente no hayan entendido tu mensaje. ¿A qué se debe, entonces, que nadie te escuche? Tal vez ni al mensaje ni al hecho de que los grupos de izquierda no tengan acceso al noticiario de las 9 de la noche. Tal vez el problema estribe ya en la suposición de que la gente me ha de escuchar sólo por decir las cosas adecuadas y en la idea de comunicación que se esconde tras esta suposición. Aunque echemos una ojeada a los diferentes modelos de comunicación, seguro que no podremos desarrollar una estrategia que nos

permita evitar de manera segura vivencias frustrantes como la antes mencionada; pero la confrontación con este tipo de teorías no sólo nos ayudará a hacernos una idea clara de por qué nadie me escucha sino a un enriquecimiento de la práctica política.

La política tradicional de izquierdas confía sobre todo en la fuerza de los contenidos. La confianza en que la simple transmisión de estos contenidos representa ya una forma efectiva de actividad política es difícil de rebatir. Los contenidos de izquierda deberían y deben romper la red de mensajes manipuladores, con los que los medios de comunicación manipulan la conciencia de las masas. La crítica elaborada por la Escuela de Frankfurt a la industria de la cultura como industria de la conciencia se convirtió en los años 60 en el lugar común de las posibilidades de la manipulación mediática. Por otro lado, surgió asimismo la idea de que estas posibilidades, en todo caso, también podían ser reversibles en el sentido de servir para el esclarecimiento. Como lo formuló en su día hábilmente H. M. Enzensberger: «La cuestión no es si los medios de comunicación están manipulados, sino quién los manipula».

La consecuencia fue que el apoyo a la campaña «Expropiemos a Springen» derivó en querer crear un Bild-Zeitung de izquierdas. El problema principal de una idea así es el modelo reducido de comunicación que se esconde tras la suposición de que quien posea los emisores podrá controlar las mentes de las personas. La implosión del socialismo burocrático ha convertido en un cuento chino esta idea: a pesar de que los burócratas controlaban los media de una manera prácticamente total, no pudieron impedir que las personas desarrollaran pensamientos propios o formas divergentes de leer las noticias transmitidas.

Los modelos de comunicación son imágenes siempre reducidas y con frecuencia muy tecnicistas de un proceso complejo. Aun así pueden ser útiles para formular de manera más clara los requisitos de las diferentes ideas con relación a la comunicación y a la comunicación de masas. La tesis de la manipulación antes mencionada corresponde a un modelo de comunicación muy sencillo que sólo tiene en consideración al «emisor» -en el caso de la comunicación de masas, organizado de manera central e industrial-, el «canal», en el que es transportada la información, y sus «receptores» es decir, una cadena de comunicación lineal (emisor / fuente >- canal <- receptor). Este modelo da por probado que las informaciones transmitidas por un emisor no sólo llegan vía canal hasta el receptor, sino que además son interpretadas en el sentido pretendido por el emisor. En consecuencia, se conseguiría cambiar la conciencia con sólo cambiar los programas de televisión, el contenido verídico de la publicidad o el grado de exactitud de las noticias de los diarios. Pero incluso quien controla completamente la forma y el contenido de un mensaje no necesariamente puede influenciar la conciencia de su receptor en una dirección determinada. Al fin y al cabo, el receptor posee un grado (restante) de libertad suficiente como para poder leer un mensaje de manera diferente a la prevista por el emisor. Y está bien que esto sea así.

Umberto Eco describe este estado de cosas como el principio de la variabilidad de interpretación: el mundo de la comunicación (de masas) está lleno de interpretaciones opuestas y divergentes. Tomemos, por ejemplo, un reportaje sobre enfrentamientos militantes durante una manifestación: imágenes de policías golpeando a manifestantes y a paseantes reflejadas en la pantalla. Aun cuando dichas imágenes sean comentadas en un sentido esclarecedor y crítico con la policía, no necesariamente le sugieren al espectador la asociación «mierda de policía», Resulta igualmente posible una lectura divergente: «se lo tienen bien merecido esa pandilla de vagos». La lectura que se elija, favorable o desfavorable, depende de diferentes factores en el receptor. El emisor puede, como mucho, intentar sugerir una determinada lectura preferida de las informaciones transmitidas, pero en última instancia (por suerte) no tiene posibilidades de imponerla de manera

segura. Y éste es un problema que se le plantea a todos los emisores por igual. Si la izquierda quiere propagar contenidos emancipatorios por vía de los medios de comunicación (de masas), se tendrá que enfrentar también a las mismas dificultades que cualquier otro emisor en el sistema de la comunicación de masas.

El mensaje transmitido siempre se ve (co)determinado por la manera en que son interpretadas las informaciones. Esta ambivalencia afecta en menor medida a la comunicación directa y recíproca porque resulta posible realizar preguntas: el receptor de las informaciones puede comprobar si las entiende tal como quiere el emisor. Pero ni siquiera esto es un remedio contra todo tipo de malentendidos, como todo el mundo sabe por su experiencia cotidiana.

En la comunicación de masas la ambivalencia es omnipresente: Eco llega incluso a calificar el fenómeno de la variabilidad de interpretación como su principio fundamental. Aun cuando las informaciones son enviadas por una fuente central, lo cierto es que son recibidas por personas que se encuentran en situaciones muy diferentes y que interpretan las informaciones transmitidas de maneras muy diferentes. La forma en que se atribuyen significados a las informaciones transmitidas es lo que nosotros denominamos «código» (semiológico). Es la interacción entre el receptor de un mensaje, la situación y el código correspondiente la que determina cómo será leído el mensaje. La variabilidad de interpretación es el resultado del hecho que siempre se pueden emplear diferentes códigos para interpretar un mensaje determinado. Eco ilustra este proceso complejo por medio del ejemplo de un empleado de banca milanés al que el anuncio de una nevera le puede provocar el deseo de comprarla. A un campesino calabrés en paro este anuncio le puede hacer ver hasta qué punto está excluido del mundo del bienestar e inspirarle, por lo tanto, una crítica a su situación social. Es por eso que la publicidad televisiva, en determinadas constelaciones sociales, puede tener el efecto de un mensaje revolucionario. Lo decisivo para la elección del código es el marco en el que tiene lugar la interpretación. Una misma información, en dos contextos diferentes (empleado de banca milanés o campesino calabrés en paro), puede ser interpretada según códigos diferentes y recibir significados muy dispares.

En un proceso de comunicación siempre se transportan mensajes a diferentes niveles. Marshall McLuhan ha dado la vuelta a la idea de que sólo el contenido clarificador de las informaciones comunicadas mediáticamente determina el mensaje, para afirmar: «The medium is the message» (el medio es el mensaje). Tomada literalmente, esta afirmación significa que da lo mismo lo que se trasmite. Pero aunque así tomada pueda ser objeto de crítica, lo que no se puede poner en duda es que el medio resulta esencial como parte de la situación de comunicación. Consideremos, por ejemplo, la cuestión de en qué sentido un medio como la televisión actúa como garantía de dominio, y veremos que resulta evidente que, en este caso, la forma del medio (todos sentados ante la caja tonta consumiendo pasivamente imágenes e informaciones) puede ser tan importante como los contenidos transmitidos.

El concepto de guerrilla de la comunicación no tiene por finalidad «empaquetar» mejor los mensajes que queremos hacer llegar a las personas, en el sentido de una estrategia de publicidad, para así ser escuchados de una vez. A lo que se pretende llegar es a que, por principio, haya muchas posibilidades de interpretación a disposición de todos los sujetos. Las interpretaciones críticas y disidentes de acontecimientos y hechos surgen del «entendimiento cotidiano» (Gramsci) y no necesitan ser enseñadas. En muchas situaciones (por un interés propio bien entendido, para evitarse jaleos o por lo que sea), sin embargo, sólo se emplean aquellos modelos de interpretación «normales», casi naturalizados. Estos modelos de interpretación «normales» son aquellos que reproducen y afirman las estructuras de poder y, por lo tanto, de dominio. Una posible estrategia de comunicación podría consistir en crear situaciones localmente limitadas que ayudasen a activar perspectivas discrepantes. En este sentido, ya resulta

subversivo perturbar los modelos de interpretación «normales». Para ello no se necesita ninguna teoría abstracta de lo que sucede en una situación de comunicación. Es suficiente con una «teoría ordinaria» es decir, conocimientos sobre lo que es «normal» y lo que no. Y esto está a disposición de todo el mundo.

Para nosotros hay dos propósitos de la política emancipatoria que continúan siendo preponderantes: la deconstrucción de los códigos dominantes y la difusión de códigos alternativos o emancipatorios propios. Para lo primero, lo que hacemos es apropiarnos de los códigos de la «gramática cultural» hegemónica, con el propósito de perturbarla, confundirla y desplazarla. Lo que está claro, naturalmente, es que este tipo de «perturbaciones» no pueden actuar en el sentido de una estrategia manipuladora, sino que sólo crean situaciones abiertas. Lo que resultará de éstas, lo que hagan los participantes con esta situación no puede ser predeterminado con precisión. Que nos gusten o no las lecturas que entonces puedan desarrollar las personas es algo que debe quedar abierto. Al mismo tiempo, deberíamos tener siempre presente que sólo estaremos en condiciones de hacer resplandecer, como mínimo, la utopía de otra vida, si no malentendemos la lucha política y social como la imposición de una ideología mejor.

Sería necesario encontrar formas lingüísticas que fueran más allá de un concepto de lengua en tanto que representación esperable y que pudieran contribuir a su socavación. Una tesis, sobre la base de las ideas de Radio Alice y A/Traverso podría venir a ser: los códigos alternativos, emancipadores ya no pueden ser cerrados y unívocos ni contribuir a un sentido reconocido. En la confrontación con los códigos cerrados de la normalidad social, estos códigos abiertos pueden provocar trastornos que conduzcan a que, por un breve instante, se produzca un vacío de contenido. Este instante de vacío ofrece la posibilidad de interpretar en un contexto nuevo lo hasta ahora no cuestionado.

El «mensaje», el contenido comunicado por semejantes acciones subversivas, consiste en el propio ataque a las formas estético-culturales aparentemente evidentes. Transportan una crítica a las evidencias y, como mínimo, ayudan a aguzar la vista para reconocer que un evento aparentemente objetivo, puramente verbal y, a veces, presentado apolíticamente, siempre representa también un acontecimiento político. Y un ataque así no debe ser menos valorado que la intervención mediante un discurso de contenido clarificador. Aun cuando resulta más fácil identificar claramente el mensaje de una crítica argumentativa -puesto que da la seguridad a quienes lo pronuncian de exponer sus posiciones de manera clara e inconfundible-, dado que esta forma de crítica se fundamenta en modos de comunicación socialmente hegemónicos, de esta manera reconoce, indirectamente, la legitimidad de los discursos hegemónicos y contribuye también a una estabilización de la situación dominante.

Lo que no se puede formular, desde luego, con los códigos abiertos es una utopía vinculante. Pero la comunicación de utopías propias resulta posible, en todo caso, sólo a través de una práctica social propia. De lo que se trata es de hacer aparecer, al menos por breves instantes, «otra realidad» en medio del aburrimiento de la normalidad social, «que nos permita vivir y sentir entre nosotros aquello por lo que vale la pena seguir luchando mañana» (Umberto Eco: *Über Gott und Die Welt*; Munich, 1985). Somos conscientes de lo difícil que resulta esto bajo una presión continua que no procede sólo de afuera, sino también del propio anhelo de integración en justamente esa normalidad.

LOA DE LA GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN, Grupo autónomo A.F.R.I.K.A.

[Texto extraído de «Manual de Guerrilla de la Comunicación»,
Grupo autónomo A.F.R.I.K.A., Virus editorial (2000).]

Para la guerrilla de la comunicación son de importancia crucial los contextos y situaciones en los que se actúa; el conocimiento preciso de las circunstancias locales respectivas es imprescindible para el buen resultado de las acciones. No es más que con su realización que las técnicas aquí descritas pueden devenir elementos de una guerrilla de la comunicación. Cuando las psicólogas utilizan la técnica de la intervención paradójica» (o afirmación subversiva) o cuando los estrategas de la publicidad intentan llamar la atención sobre un producto, las técnicas empleadas pueden ser formalmente las mismas que las aquí descritas. Sin embargo, las situaciones, contextos y objetivos son completamente diferentes.

La guerrilla de la comunicación no funciona como estrategia, sino sólo como táctica. No puede tener lugar en un espacio «estratégico» fijo (por ejemplo, en los locales, periódicos, radios, etc., «propios»). Esto explica también por qué, por ejemplo, las radios libres o los periódicos alternativos son tan poco apropiados para acciones de guerrilla de comunicación. No obstante, sí que pueden ser la base para actividades semejantes, en tanto que sus colaboradores abandonen los lugares estratégicos y actúen siguiendo roles o identidades distintas (es decir, no como radio o revista tal y cual).

La efectividad de la guerrilla de la comunicación, además de por las condiciones locales, también se ve influenciada por el clima político respectivo y por las circunstancias sociales globales. Éstas determinan las condiciones generales de comunicación, bajo las cuales desarrolla su efecto y es recibida una acción concreta. A las autoras este concepto no les parece transferible. Aun cuando se hayan dejado inspirar por ejemplos de países muy diferentes y por sistemas sociales distintos, las reflexiones presentadas en este libro se fundamentan, sobre todo, en experiencias propias en las metrópolis de los países del capitalismo tardío. Aquí la cuestión de la represión tiene unas connotaciones muy diferentes que en dictaduras fascistas, sociedades de tipo soviético o Estados de la Periferia.

Durante el nazi-fascismo, el distanciamiento o modificación de mensajes, el comportamiento insubordinado en lugares públicos o la guarnición de monumentos no fue, desde luego, un simple juego con símbolos y significados. Los nazis ejecutaron abiertamente su cosmovisión racista y antisemita. No intentaron disimular el poder y la jerarquía, sino que los impusieron con violencia y terror. Incluso las pequeñas desviaciones respecto al lenguaje oficial podían ser valorados y castigados como una agresión directa contra el sistema. Cuando, por ejemplo, una pintada de las SA como «Los judíos son nuestra desgracia», se convertía al sobrepintarla en «Los judíos son nuestra gracia», esto no era visto sólo como la expresión de una opinión discrepante, sino que podía ser perseguido como un claro acto de resistencia. En vista de la rotundidad del dominio impuesto mediante el terror, hasta la más mínima manifestación de vida disidente, subcultural o independiente significaba una crítica al orden establecido y significaba, por lo tanto, un acto de resistencia (no siempre intencionado).

Diferente fue la situación en sociedades del tipo soviético tardío como la RDA, cuyas estructuras de poder se mantenían en pie y se legitimaban mediante una ideología de igualdad y concordia. También allí se consideraba crítica al sistema pequeños cambios en la gramática cultural dominante. Sin embargo, a diferencia que durante el nazi-fascismo, no fueron tratadas automáticamente como un ataque abierto. En el socialismo de Estado paternalista, los detentadores del poder no podían responder represivamente a las enormes diferencias entre ellos y las ciudadanas. Esto hubiera implicado reconocer que algunas premisas centrales del sistema, como la supuesta lealtad de las masas, no eran más que apariencia. Las discrepancias fueron obviadas en silencio o respondidas desde una posición de tutela paternalista, siempre que pudieran ser declaradas «apolíticas». Las actas sobre punks, por ejemplo, fueron archivadas en las sedes locales del SED (Partido Socialista Unificado de Alemania) en la carpeta de «asuntos especiales», junto con averías, incendios, epidemias y desgracias climáticas. Eran considerados una catástrofe, que en realidad no debería haber pasado y para la cual no había explicación alguna.

La obligación de imaginar una comunidad homogénea, leal y solidaria transformó rápidamente en auténticas acciones de guerrilla de la comunicación acciones habituales incluso en el marco predeterminado de una manifestación del 19 de Mayo. Quien en los años 70 llevara la pancarta con el lema: «Aprender de la Unión Soviética significa aprender a triunfar» enseguida era identificado como simpatizante del partido. Pero

quien la llevara tras la perestroika, después de 1985, privaba de sus propias frases a la doctrina oficial del partido. Las pequeñas desviaciones en el marco de la gramática cultural dominante eran una posibilidad efectiva, bajo estas condiciones, de expresar disidencia y deslegitimar el poder sin tener que temer sanciones graves.

Muy diferente es la situación bajo el dominio de regímenes autoritarios y represivos en las sociedades de la Periferia con sus inmensas desigualdades sociales. Como demuestra el «teatro de los oprimidos» de Augusto Boal, aun cuando los métodos de la guerrilla de la comunicación pueden ser aquí una parte fundamental de la práctica política, los objetivos y puntos de partida de estas acciones serán diferentes que en las metrópolis imperialistas. Así, por ejemplo, determinadas formas de crítica del consumo no tienen sentido o resultarían incluso cínicas, cuando una parte mayoritaria de la sociedad se ve obligada a vivir por debajo del mínimo de existencia.

Ópera metropolitana

El sistema de sociedad del capitalismo tardío, siempre modernizándose permanentemente a sí mismo, no necesita por lo general de la coacción directa o terrorista para mantener su dominio. El análisis crítico de las sociedades del capitalismo tardío realizado por Herbert Marcuse (La tolerancia represiva, 1977) subraya que entre los fundamentos de las democracias burguesas representativas figura el de saber aguantar y re-integrar las opiniones discrepantes y las desviaciones culturales hasta un cierto grado de radicalidad. La crítica radical puede contribuir, bajo unas condiciones semejantes, a mantener una ficción liberal de diversidad plural, que no deja ver las estructuras institucionales jerárquicas y económicas desiguales. La guerrilla de la comunicación reacciona ante este peligro mediante un movimiento de esquivamiento. No formula posiciones propias, sino que critica las reglas de juego aparentemente evidentes, normales y naturales, que determinan sin una represión abierta lo que está permitido y lo que no. Identifica estas reglas al nivel de la gramática cultural, de las convenciones y de las normas convertidas en vinculantes de manera no verbal, y las ataca mediante intervenciones momentáneas, inesperadas y, en consecuencia, difícilmente reintegrables.

En lo que a esto se refiere, hay un concepto político básico en la actuación de la guerrilla de la comunicación que podría ser definido como «sobreafirmación» (o sobreidentificación) de la ideología reinante. Toma más en serio que el propio sistema la idea de un ciudadano que piensa con independencia. Las acciones de la guerrilla de la comunicación persiguen, por lo tanto, la deslegitimación de las normalidades aparentes. Allá donde las convenciones habituales aparecen como naturales y definitivas, nos remiten a su construcción social y nos muestran así también su carácter modificable. El mercado aparentemente libre de las opiniones funciona, entre otras cosas, porque apenas si se cuestionan las normas y reglas que lo fundamentan. Atacarlas y formular reglas de juego propias significa acercar la chispa a la mecha de la subversión.

La sociedad capitalista sabía y sabe cómo absorber desarrollos contrarios. En la actualidad su fuerza se basa más en la integración de desarrollos subculturales o disidentes que en su opresión. Esta capacidad de adaptación, sin embargo, también significa que la guerrilla de la comunicación sólo puede funcionar si se cuestiona continuamente y analiza las condiciones sociales de cada momento para encontrar siempre nuevas posibilidades de intervención.

Crítica de la crítica de la guerrilla de la comunicación y reflexiones sobre una resignación precipitada

¿Cómo se puede reconocer si la guerrilla de la comunicación ha golpeado con éxito o no? Tomando como trasfondo el desarrollo social presente, se formulan diferentes objeciones en cuanto a sus posibilidades de efectividad; con frecuencia sus acciones son descritas como política simbólica y se le piden éxitos mensurables. La guerrilla de la comunicación no es ninguna estrategia con el objetivo de desvincular el sistema y tomar el poder. Es importante tener en cuenta este límite, y por esta razón no tiene evidentemente sentido exigir capacidad hegemónica a las tácticas de la guerrilla de la comunicación. El pensamiento de izquierdas, tanto en su versión de juego socialdemócrata como en la marxista-leninista, siempre ha medido la política siguiendo criterios de conquista del poder y capacidad hegemónica; ¿pero acaso puede ser el objetivo de una política emancipadora conquistar el poder y la hegemonía o participar uno mismo de alguna manera en los manejos de un bloque hegemónico? No hay ningún ámbito social que consiga escapar por sí mismo a las estructuras del poder: ni el arte, ni el mundo subcultural de la música pop, ni la escena autónoma. Puesto que el poder se produce y reproduce en todas partes, también la destrucción de la legitimación y del funcionamiento del poder y de las estructuras de dominación tiene que acometerse desde un «micronivel». Esto no es «la» revolución, pero posiblemente su condición previa. La guerrilla de la comunicación puede hacer tambalearse, atacar y deslegitimar la naturalidad de las pretensiones de dominio y el supuesto orden natural del poder en la actual fase de restauración social.

Puede contribuir a abrir de nuevo el espacio en el que se articulen ideas discrepantes sobre las relaciones sociales e intervenir en procesos de discusión relevantes. No es, sin embargo, un remedio seguro contra la incapacidad de hegemonía de la izquierda. Esto se debe a los contenidos, es un problema doméstico no superable de manera tecnicista.

No es casualidad que este manual haya surgido en un momento en el que ni se puede distinguir una base social amplia para un proyecto emancipador (algunas llaman a esto la base de las masas) ni se prevé una revolución de ningún tipo. De momento nos conformamos con lograr habitar zonas temporalmente autónomas. Y si la CSU empieza a hacer campaña electoral con prospectos electorales «fakeados», si la industria de la moda se come la tecnocultura o el punk o si se le ofrece un empleo de ministro a Eulenspiegel, entonces nosotros continuamos nuestro camino -al menos en el plano político- bajo una de nuestras múltiples identidades.

Una cuestión elemental es la de cuál es el «enemigo» contra el que actúa la guerrilla de la comunicación. ¿Acaso sigue existiendo algo así como «los que mandan», y su ideología? ¿Acaso se puede discernir aún un discurso hegemónico delimitado, o es que no existen más bien un número indeterminado de posiciones y cosmovisiones paralelas de manera que a nadie le extraña si se añade alguna más o si se cuestiona alguna de estas posiciones?

Hay una tesis en este contexto que viene a decir que las formas sociales dominantes entretanto se han diferenciado de tal manera que ya no se puede distinguir una gramática cultural de contornos definidos. Las situaciones sociales, según esta tesis, ya sólo son percibidas como una rápida relación de imágenes, conforme a una estética televisiva, y ya no son clasificadas atendiendo a puntos de vista y modelos de interpretación trascendentales. ¿Es que la guerrilla de la comunicación no es más que otro jueguecito postmoderno, recogida ecléctica y reunión aleatoria de formas, el final de la política, la disolución definitiva en el gran simulacro multicolor?

Una premisa de la guerrilla de la comunicación es que la confusión que introduce en la normalidad de una situación concreta conduzca más allá de ésta y pueda articular una crítica fundamental. Ésta resultaría inútil si las situaciones e imágenes permanecieran juntas sin relación alguna y sin ningún vínculo pensable. En todo caso, ésta es una visión futurista apocalíptica más que la realidad de la sociedad de las metrópolis. Justo en el momento en que se habla de tal fragmentación desde diferentes partes, vuelven a resurgir los modelos herméticos de nacionalismo, ya sea en la ex Yugoslavia, donde se etnifican los conflictos, o en la propia Alemania, en donde sobre la base del discurso de la fortaleza asediada se lanzan consignas de resistencia nacionalista que pretenden transmitir una imagen cerrada de Alemania. En este contexto se sitúan también las orientaciones religiosas como el fundamentalismo protestante occidental y el islamismo, cuyas cosmovisiones cerradas se pueden interpretar según los contextos políticos.

Tampoco allí donde se observa una fragmentación real de los discursos políticos se encuentran huellas de azar. En vez del gran discurso hegemónico único aparecen muchos discursos pequeños de carácter local y similares en su estructura; la estructura de los discursos del poder y de la opresión no ha cambiado esencialmente. La guerrilla de la comunicación actúa, bajo las circunstancias reinantes, con frecuencia «sólo» al nivel de la micropolítica local. De esta manera intenta hacer aparecer una crítica fundamental al poder y a la opresión, aun cuando ésta no sea formulada explícitamente. La guerrilla de la comunicación, por lo tanto, no es una despedida de la crítica (ideológica) a fondo para apostar por el azar. Sí que intenta, no obstante, ser consciente de sus posibilidades limitadas, en vez de considerar la actuación propia, en plan fanfarrón, como la «verdadera» política (correcta), y «revolucionaria».

En la discusión en torno a la «política simbólica» se manifiesta muchas veces la crítica de que las prácticas que sirven de referencia a la guerrilla de la comunicación llevaron a cabo una estetización inaceptable de la política. A esto le sigue el reproche de «jugar la carta del fascismo», puesto que también el nazifascismo estetizó a fondo su política. Dejando de lado que los nazis se apoderaron de prácticamente todo lo que les pareció útil para su éxito, y que llevaron a cabo su estetización recurriendo a todos los medios de poder e infraestructuras pensables, con esta crítica se realiza una distinción que contrapone una política simbólica a una política «substancial», auténtica que resulta absurda en sí misma. La política es siempre simbólica. También los conflictos sociales que, por ejemplo, se expresan en huelgas necesitan buscar una representación cultural de sus contenidos.

La guerrilla de la comunicación no lleva a cabo una estetización de la política, sino que se toma en serio los momentos estéticos de la política e intenta volverlos en contra de sus creadores. La guerrilla de la comunicación no describe ningún movimiento, sino una actitud esencial respecto a la acción política. Los grupos y movimientos presentados en este manual tienen sus prácticas e historia(s) propias y su propio presente. No han escrito siempre páginas de gloria, desde luego, y tenemos que preguntarnos a fondo

hasta qué punto sus interpretaciones erróneas y sus equivocaciones tienen que ver también con sus formas de representación y acción. No es objetivo de este libro estilizar en iconos adorables a los grupos presentados para revivir y dar continuidad acrítica a sus prácticas.

Aun cuando el final de estos grupos se vio marcado, en parte, por una represión estatal masiva, como en el caso de los Indiani Metropolitanani o también de la Autonomía Operaia —se realizaron más de 700 detenciones, queda la pregunta de por qué los que quedaron desaparecieron en su mayoría de la arena política o se engancharon y fueron a desaparecer, como muchos provos, en el mundo de la droga. Probablemente aquí se muestra un problema especial de los grupos que ponen la «diversión» en el centro de su práctica política. Cuando se pierde la posición política y el contexto colectivo de actuación, estos postulados se estrellan en algún punto intermedio entre la miseria individual, la psicoterapia y la familia nuclear. Numerosos grupos se pelean o se dividen -tan habitual en la izquierda- hasta tal punto que se hace imposible cualquier práctica política común. Esto no fue siempre un gran mal. Los movimientos sociales que se han entendido como cultura juvenil se acabaron, forzosamente, con la juventud de sus protagonistas; éste es un problema general de los movimientos subculturales.

Sin embargo, también dejaron tras de sí huellas y mitos. Dejaron su marca en una cultura política que puede servir a grupos venideros como fundamento de posibilidades de resistencia política y, en última instancia, puede hacer posible cierta continuidad en la práctica subversiva, aun cuando cambien las condiciones, los lugares y las personas.

¡Ninguna revolución sin juerga, ni juerga sin revolución!

La guerrilla de la comunicación es una forma defensiva de práctica política, y hoy en día se deciden por ella pequeñas agrupaciones temporales que no pueden movilizar una «base masiva» y que, por lo tanto, no tienen más remedio que desarrollar formas visibles de intervención pública con un esfuerzo mínimo. Las acciones aquí reunidas bajo la etiqueta de guerrilla de la comunicación tampoco necesitan de masas para su realización, sino de grupos pequeños que actúan con gana y conocimiento en un contexto social. El reverso de la medalla es que muchos de estos grupos, precisamente por no haber tenido que luchar por una masa amplia de seguidores, tienen un cierto toque elitista incomodo (los situacionistas, desde luego los dadaístas, también los pranksters).

En resumidas cuentas, todavía nos sigue pareciendo casi imposible definir exactamente el concepto de «guerrilla de la comunicación». Nuestra experiencia nos dice que de todas maneras cada una acaba interpretándola como quiere. La palabra clave «comunicación» es un lugar común que, al igual que «información» se convirtió en palabra de moda para describir la realidad social. El concepto de «guerrilla» está tan poseído por fantasías políticas que toda la izquierda radical lo quiere hacer suyo para su práctica (y algunos no nos perdonan que lo hayamos sacado de sus contexto social-romántico).

Lo que es de verdad la guerrilla de la comunicación -una flipada, una nueva práctica antigua, un canto de cisne de la izquierda, la aurora de la revolución- es algo que tendrán que determinar las lectoras del libro por sí mismas. Haciendo una interpretación libre de Bertolt Brecht, acabamos nuestras reflexiones con una arenga de despedida patética: Apreciado público, vamos, búscate tú mismo el final, tiene que haber uno bueno, ¡tiene que haber uno!, ¡tiene que haber uno!