



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**  
**COLEGIO DE FILOSOFÍA**  
**EL CULTURE JAMMING COMO TÁCTICA GENEALÓGICA**  
**TESIS**

que para obtener el grado de  
**LICENCIADO EN FILOSOFÍA**  
PRESENTA

**Mario Alberto Morales Domínguez**

bajo la asesoría de  
Bily López González  
Ciudad de México, marzo de 2016





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Índice

Agradecimientos	1
<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>1. La emergencia del <i>culture jamming</i></b>	<b>10</b>
1.1 Movimientos	10
1.2 Emergencia	13
1.3 <i>Continuumm</i>	17
1.4 Actualidad	26
1.5 Apuesta	35
<b>2. El <i>culture jamming</i> y la resistencia</b>	<b>39</b>
2.1 Asimilación	39
2.2 Infiltración	44
2.3 Resistencias	48
2.4 Flujos	58
<b>3. El <i>culture jamming</i> como táctica genealógica</b>	<b>62</b>
3.1 Táctica	62
3.2 Genealogía	64
3.3 Giro	70
3.4 Imagen	76
3.5 Localizaciones	83
3.5.1 Logos	83
3.5.2 Cuerpo	91
3.5.3 Memoria	98
3.6 Potencia	104
<b>Conclusión</b>	<b>111</b>
Bibliografía	116

## **Agradecimientos**

Todavía a la edad de 27 años yo no me hubiera podido imaginar que un día me titularía de Licenciado en Filosofía. Pero no era porque no tuviera alguna inclinación desde mucho antes por el quehacer filosófico, sino porque creía en una filosofía práctica que apuesta por la transformación de la vida cotidiana y que se lleva a cabo principalmente en las calles y no dentro del aula académica. Y, sin embargo, después de algunos años de haber intentado cambiar el mundo en las calles, cosa que por supuesto no logré ni remotamente, heme aquí escribiendo estos agradecimientos para titularme con una tesis teórica.

Si bien sigo pensando que la inquietud filosófica no puede ser transmitida bajo ningún método de enseñanza, tengo que agradecer a la Facultad de Filosofía y Letras, y por ende a la UNAM como cede de ella, por servir de punto de reunión para muchos de aquellos que, por ya tener de antemano este tipo de propensiones, no pudieron (pudimos) encontrar otro espacio para ejercer su manía.

Agradezco a los insensatos profesores que pude encontrar en la Facultad, quienes aún creen y ejecutan la filosofía como forma de vida y no como una mera materia de conocimiento entre otras. En especial, agradezco a los lectores de esta tesis: Salvador Gallardo Cabrera, quien fue el primer profesor con quien tomé clase en la Facultad y me hizo darme cuenta de que había caído en el lugar correcto; Leticia Flores Farfán por la pasión que pone en sus clases capaz de conmover tanto a alumnos de primer semestre como del último, y por haberme asesorado directamente en el Seminario de tesis para la redacción de este trabajo; Helena Chávez MacGregor, quien gracias a sus incesantes cuestionamientos sobre la relación entre estética y política me permitió innumerables reflexiones, muchas de las cuales se vierten en esta tesis; Rafael Ángel Gómez Choreño por haber leído este trabajo con aguda precisión y entusiasmo para tratar de mejorarlo hasta en los detalles más mínimos, así como por haberme apoyado en algunas asignaturas durante la carrera para poder continuar con mi trayecto académico de forma óptima; y, por último y tal vez más importante, Bily López González, quien asesoró esta tesis y a quien agradezco haberme motivado, y casi forzado, a desarrollar un estilo de escritura específico para este trabajo. Le agradezco a Bily haberse

involucrado con la tesis en grado sumo, demostrando su afinidad con el tema y la forma en que fue tratado, pero también por ofrecerme de modo más personal su experiencia como filósofo.

De igual modo, no podría dejar de mencionar a otros profesores que ejercieron sobre mí una influencia y contagio, algunos incluso sin que ellos lo supieran, como Josu Landa, Greta Rivara, María Antonia González, Carlos Oliva, Armando Reyes, Alberto Constante, Maria Konta, y se podría extender mucho más la lista pero si lo hiciera quizá no terminaría nunca y de todos modos quedaría insatisfecho por la exclusión involuntaria de alguien.

Mención especial merece el profesor Edgar Morales Flores, y los alumnos que compartimos con él el esquizoide seminario *Territorios y márgenes ontológicos del imaginario*. Agradezco a éstos y otros compañeros de la carrera, pero sobre todo a los que, directa o indirectamente, participaron en el *Fólder 001*, ese delirio informe. Aunque a muchos de ellos no los conocí o traté directamente, puedo mencionar al menos a Uriel Terán, Armando Martínez, Esaú Segura –hermano del submundo–, Carlos Arámbula, Dan –filósofo superstar–, Iván Palacios, Antonio Rocha, Gustavo Cruz y Mauricio Andrade. Tengo que hacer mención individual de mi camarada Uriel Reyes, casi mi único amigo verdadero en toda la carrera –espero que regrese pronto a darles un gran golpe a todos. A Stefanía Acevedo –amor de mi vida– le agradezco por haber compartido la mayoría de las clases de la carrera, al igual que innumerable cantidad de debates y meditaciones concernientes no sólo a los temas académicos, sino a la vida en general, y por haber sido inspiración, motivación y apoyo para seguir adelante todo el tiempo no sólo por mera inercia de la vida y exigencia social, sino con un sentido que es ahora compartido.

Agradezco a mis amigos externos al contexto de la Facultad por todas las interminables discusiones filosóficas, muchas de las cuales fueron antes de que entrara a la carrera –ahora se supone que voy a ser oficialmente filósofo no sé bien qué implique eso, pero, siga o no dentro de la academia, espero que no terminen.

Agradezco a mi familia quienes han estado ahí siempre como base de todo lo que hago, principalmente a mi hermano Miguel, quien estudió Diseño gráfico, igual que yo, pero sí se dedica a ejercerlo, y con quien, desde niños, compartía largas reflexiones de donde extraje en gran medida las ideas y posiciones que se defienden en esta tesis.

Finalmente, dedico esta tesis a toda esa gente que está tratando de hacer de este mundo algo mejor y también a aquellos que lo hacen sin intentarlo. Sobre todo en una época y en un país como el nuestro, vale la pena hacer notar esta potencia que permanece, insiste y resiste siempre. Aprovecho que esta parte del texto no pasa por escrutinio académico antes de imprimir la tesis para aseverar, sin tener que justificarlo de ninguna manera, que la filosofía tampoco una cuestión de elección, es algo que nos atraviesa y nos sobrepasa.

## Introducción

Esta tesis tiene por objetivo abordar un fenómeno cultural reciente que se conoce como *culture jamming* para, desde ahí, lanzar una apuesta sobre la redefinición de la cultura contemporánea. Es una tesis un tanto arriesgada que, sin embargo, no está sola, sino que se inscribe en diversos debates actuales, mismos que sirven como nutrientes a lo largo de su desarrollo. Por un lado, están los debates acerca de la economía, por otros, los de los medios de comunicación, el arte, la imagen y la política. Para esta tesis, todos ellos no están separados. Al contrario, cada uno de estos factores cumple un papel importante en la constitución de nuestra cultura y pueden ser utilizados para abordar a la misma desde una perspectiva distinta. Abordar el *culture jamming* sirve aquí como punto de inflexión para dar cuenta de un giro en la sensibilidad contemporánea que se ha venido dando poco a poco en gran medida gracias a las tecnologías de la comunicación que a la vez han contribuido al avance del capitalismo. La tesis consiste en que el *culture jamming*, como táctica genealógica, puede ayudarnos a elaborar una perspectiva que vaya más allá de una visión única de nuestra época que tiende a verse reducida a las lógicas del capital y el consumo.

El *culture jamming*, como fenómeno cultural, ha sido ya abordado muchas veces desde la teoría. El término se asocia específicamente con un tipo de prácticas que se llevaban a cabo desde la década de los 80 y se popularizaron en los 90. La característica principal de este tipo de prácticas es que retomaban elementos e instrumentos de la cultura del consumo para, infiltrándose en sus medios, desvirtuarla o desarticularla discursivamente. Con la llegada de este siglo, la etiqueta ha quedado en cierto desuso, pero el tipo de operaciones que utilizaba ha quedado inmiscuido en todo tipo de prácticas artísticas y activistas, pero también de entretenimiento y de esparcimiento. Por ello, en gran parte, lo que se propone esta tesis es volver a prestar atención a este fenómeno para dar cuenta del giro que significó en nuestra manera actual de entender todos aquellos debates sobre política, economía, cultura, etc. A saber, se trata de un giro hacia la estética que se trasmina en todos y cada uno de los aspectos de nuestra vida cotidiana, pero que, principalmente, nos permite continuar explorando diferentes campos, ya sea en conformidad o disconformidad con las corrientes del capital y el consumo. A pesar de que pareciera que todo está subsumido al sistema mercantil

actualmente, sigue habiendo movimientos al interior de éste. Tales movimientos quizá pueden revelarnos nuevos marcos o formas de entender nuestro lugar en este mundo.

Hoy vivimos en medio de un entramado cultural muy complejo donde pareciera que hemos perdido muchos de los viejos criterios de valor que nos ayudaban a diferenciar u oponer alternativas o incluso sistemas completos de pensamiento entre sí. Así por ejemplo, hablar de alternativas a la democracia y al capitalismo se ha vuelto algo sumamente complicado, si no es que inocente, y hasta absurdo en algunos casos. Pues bien, la tesis aquí desarrollada intenta brindar opciones para situarse de una manera distinta en estos debates. En esta tesis todo se hace pasar por el ámbito de la imagen. Proponer el *culture jamming* como táctica genealógica conlleva entonces varias cosas: que no es sólo una forma de protesta ante el sistema de mercado, sino una forma de crítica y, además, una que se ejerce como práctica y que mueve las concepciones cotidianas del espectador. Defiende, a su vez, un tipo de crítica muy específico, desde la imagen y no desde el lenguaje escrito. Con esto, entonces, se deja entrever una línea histórica, propia de este tipo de operaciones, que se ha venido construyendo poco a poco a lo largo del último siglo principalmente y que se hace emerger con este ejercicio de exposición. Caracterizar esta táctica será una de las cuestiones principales de la tesis.

La táctica que aquí se explora podría rastrearse desde el *collage* o los *ready-mades* dadaístas. Se trata de una operación crítica, pero con sentido práctico tendiente hacia lo icónico, es decir, hacia el uso y crítica de la imagen. A lo largo del siglo XX, el tipo de ejercicios que comenzaron con aquellos gestos artísticos fue modificándose y manifestándose en diversas expresiones ya no sólo dentro del ámbito especializado del arte, sino en la cultura popular y, principalmente, en todo tipo de prácticas sociales no profesionales. El *culture jamming* se toma aquí como un punto de cruce entre diversas tendencias dispares entre sí, pero que en esta práctica en específico convergen de tal manera que puede ser identificado como nudo a partir del cual es posible disparar lo genealógico. Caracterizar este tipo de ejercicios como genealógicos nos permite desmontar, crear y ordenar el mundo con nuevos valores en torno a la imagen.



La imagen, entonces, se destaca aquí como un elemento central en disputa. A través de ella se tiende a dictar normas, estilos de vida, hábitos, etc.; se han instaurado modelos y estereotipos homogeneizantes. Es decir, hay una voluntad de estandarización y dominio que se juega por medio de las imágenes. Pero, ante este riesgo que lleva consigo la imagen, también ha habido infinidad de formas de apropiarse de ella, de usarla como herramienta para la construcción de identidades e incluso a modo de recurso para la autopoiesis personal o colectiva. Mirar hacia estos planteamientos nos puede ayudar a abrir posibilidades no del todo exploradas hasta ahora. En la imagen, se defiende aquí, se juega en gran medida nuestra cultura, pero no lo hace a través de alguna toma de partido en torno a ella, ya sea a favor o en contra, sino como ejercicios y prácticas particulares inscritos en situaciones y circunstancias específicas; a través de contiendas meticulosas y constantes que muchas veces pasan desapercibidas, pero que quedan grabadas en nuestras conductas, nuestro cuerpo y nuestro imaginario. Dar cuenta de todo ello es la labor de esta tesis.

Para llevar a cabo esta exposición, primero se realiza una exposición del *culture jamming*, situándolo, por supuesto, en el contexto en que surge. Recordaremos entonces el momento histórico en el que emerge como una confluencia entre ciertas prácticas extradisciplinarias del arte y un sinnúmero de manifestaciones de la cultura popular, ya sean de contracultura o de simple realización *amateur*. Pero, sobre todo, se señalará la importancia de esta emergencia en lo relativo al momento político que se vivía alrededor de finales de los años 80 y principios de los 90 cuando, por el avance del sistema capitalista, se llegó a decir que se había llegado al *fin de la historia*. El *culture jamming*, como etiqueta, nos sirve como ventana para dar cuenta de una gran cantidad de movimientos interiores al sistema dominante que se han venido gestando desde aquella época pero que hoy podemos encontrar en diversas manifestaciones contemporáneas que van, desde las ocupaciones y marchas multitudinarias en las principales calles de muchas ciudades en el mundo durante los últimos años, hasta las expresiones aparentemente más inocentes que podemos encontrar todos los días en las redes sociales y que se conocen como “*memes*”. Todas estas prácticas se entienden aquí como movimientos al interior del sistema capitalista que se ven vinculadas aquí en torno a la imagen. En ese sentido, abordarlas de forma conjunta puede ayudar a revelar un giro no previsto en el interior de este sistema, pero cabe aún cuestionar si ejercen algún tipo de

resistencia o alternativa frente a éste, o si más bien solamente lo refuerzan. Esto será el tema del segundo capítulo.

Es necesario exponer que el *culture jamming* se desarrolló en un lugar problemático discursiva y políticamente. Al utilizar los elementos de lo que quiere combatir, es decir, de los lenguajes de la publicidad y el consumo, ha habido una gran cantidad de críticas contra este tipo de prácticas. Pero, de hecho, no sólo ha permitido ver la contradicción de esta práctica en particular, sino que se ha reabierto, una vez más, un debate que viene dándose desde los primeros desarrollos de la cultura industrial acerca de la alienación y la homogeneización de la sociedad. Para abordar éstos no solamente hay que remitirse indudablemente a Marx, sino también a las discusiones del siglo XX que involucraban un cuestionamiento a cualquier posibilidad de escapatoria a la lógica capitalista. Sobre todo, se hará énfasis en lo que pudo o no significar la llamada “contracultura” para la constitución de la cultura de consumo que ahora conocemos. A partir de esto, se pone entonces sobre la mesa el concepto de resistencia y cómo es que éste haría eco en el *culture jamming*. A través de localizaciones específicas, se mostrará la posibilidad de abordar este tipo de discusiones de otra manera, en busca de un tipo de resistencia no reactiva. Es decir, se abre la posibilidad de concebir la resistencia no solamente desde la posición de una víctima del “sistema”<sup>1</sup>, sino que habrá que dar cuenta de que, si acaso, este sistema también resiste frente a todo tipo de emergencias que lo confrontan. Así, mientras hay esfuerzos por parte de diferentes bandos en estas disputas, hay otras fuerzas que se permean en el medio. Aquí se pondrá atención entonces en la fuerza de la imagen. Para esto es finalmente para lo que sirve el *culture jamming* en esta tesis. En el último capítulo se abordará entonces lo que significaría tomar a la imagen como una potencia particular y cómo esto nos permite hacer valer otras lecturas de la historia por medio de los ejercicios genealógicos que aquí se proponen.

---

<sup>1</sup> Dentro del cuerpo de la tesis se explicará cómo es que el sistema capitalista ha llegado a tal grado de desarrollo y acaparamiento actualmente que en determinado momento puede ser identificado bajo el título de “sistema” en general, como si no hubiera otro u otros sistemas –o incluso muchas formas del mismo sistema– que conviven al mismo tiempo en el mundo contemporáneo. Esta visión será cuestionada en la tesis, sin embargo, usar el término “sistema” en el sentido mencionado, puede servir también como recurso retórico para evidenciar algunas lógicas argumentativas de las que se pretende dar cuenta.

El tercer capítulo comienza con una caracterización de lo que aquí se entenderá como operación genealógica, en primer lugar identificándola como una táctica y no un método ni una estrategia. Remitiéndonos directamente a Nietzsche y *La genealogía de la moral*, la identificaremos como una táctica localizada y permanente de desmontaje que a la vez permite la creación y la exposición de las fuerzas que componen el mundo. Todos estos puntos serán cotejados con propiedades de algunas figuras prácticas de las vanguardias y operaciones artísticas del siglo XX, como el *collage* o el montaje; así como con otras teóricas como la imagen dialéctica y la constelación, de Benjamin. Una vez que se tiene este armado, se expone un recorrido teórico sobre el concepto de imagen para tratar de ver las consecuencias e implicaciones que trae un trabajo con las imágenes. A saber, lo que se busca es devolver a éstas su estatuto de indeterminación y de dependencia total con el espectador. De esta forma, se defiende, cobran vida las imágenes. Para mostrarlo se abordan casos concretos de *culture jamming* en México. Tres casos son tomados para el análisis: el trabajo de la artista visual Minerva Cuevas; una intervención urbana realizada por Lorena Wolffer, otra artista visual; y, por último, algunas intervenciones de un colectivo abierto contemporáneo conocido como *Redretro*.

Cada uno de los objetos de análisis sirve para mostrar formas en que el *culture jamming* ha sido utilizado con diversos fines, pero siempre con un rasgo genealógico. Ahora bien, la localidad de la práctica del *jamming*, como táctica genealógica, es una de las características principales de éste, como ya se había dicho. Por consiguiente, todos los casos fueron tomados de un contexto mexicano. Creemos necesario este análisis concreto no solamente para consolidar la caracterización del *culture jamming* como táctica genealógica a partir de localizaciones específicas, sino también porque es necesario tomar posición frente al ambiente social y cultural nacional actual. Si no se realizan este tipo de ejercicios para dismantelar el escenario que nos toca vivir, el cual se nos presenta hoy especialmente como uno que está saturado de violencia, no podremos tampoco situar nuestro propio papel en él. Junto a la propuesta de esta tesis, hay otras que están tratando de descifrar el panorama en que nos encontramos hoy: “todos los vestigios de la violencia humana son meras manifestaciones fenoménicas del poder que los hombres hemos generado y ejercido, a lo largo del

tiempo, para transformar el mundo en que vivimos”<sup>2</sup>, dice Rafael Gómez Choreño en un libro relativamente reciente. De lo que se trata no es de huir de esa violencia, sino de hacernos cargo de ella. Los ejercicios que aquí se proponen nos llevan a dar cuenta de esa lucha de fuerzas que se juega en la base de cualquier concepción, modelo, estigma o imagen.

Finalmente, se concluye con una reflexión acerca de lo que aportaría el *culture jamming* a un posible giro icónico en el concepto filosófico de “genealogía”. Tanto para este concepto como para nuestras nociones sobre la imagen, el acercamiento aquí propuesto tiene consecuencias que quedan aquí para ser exploradas en adelante. Sobre todo, lo que importa es, como se había señalado, dejar bases para una redefinición de la cultura; para situarnos de otras maneras en ella y re-crearla desde nuestra propia posición.

---

<sup>2</sup> Gómez Choreño, Rafael, *Estigmatización y exterminio, Apuntes para una genealogía de la violencia*, CEGE, México, 2011, p. 63.

## 1. La emergencia del *culture jamming*

### 1.1 Movimientos

Como cualquier época, la actual es difícil de definir para los que nos encontramos en ella. No sólo se vuelve muy complicado determinar los acontecimientos o cambios que al paso del tiempo marcarán una diferencia entre distintas etapas de la historia; del mismo modo, tratar de identificar o etiquetar de alguna manera el tiempo presente es algo que quizá puede ser imposible. Es, por lo tanto, un riesgo total ese intento por teorizar acerca del momento actual, pues siempre que uno lo intenta se adhiere a una versión determinada de la historia y de la actualidad, las cuales pueden simplemente ser olvidadas con el transcurrir de los años. Es decir, cada texto que se escribe trae consigo una apuesta no sólo concerniente al contenido explícito del mismo, sino también a una visión del mundo en el que éste se inscribe.

La nuestra es una época que ha sido definida desde muchos lugares distintos. Tratar de condensar todas las versiones conllevaría una tarea ardua, quizá imposible, que tal vez podría servir para visualizar el conjunto y tener una visión más amplia. Sin embargo, al final el resultado no podría ser otra cosa que una apuesta más entre otras. Es decir, hacerlo no dejaría de inscribirse tampoco en un cierto paradigma. Así es como nos vemos obligados a apostar por definir nuestro mundo sin tener ninguna base que pueda ser considerada indudable.

Todo está sujeto al devenir, esto es cierto, sin embargo, la misma tesis se cuestiona, pues el devenir mismo también podría devenir estable. Tal es la paradoja a partir de la cual, en todo momento, es necesario realizar apuestas para definir nuestro mundo, pues en cualquier momento existe también el riesgo de que, si se dejan de hacer este tipo de desafíos, el mundo se inmovilice. Lo que está en juego en estos dos extremos es la definición de la cultura contemporánea.

Hay actores que influyen en la definición de cada época y en los cambios de una época a otra. Identificar los actores principales en la definición de la cultura es también una apuesta, sin embargo,

es posible identificar ciertos movimientos que al plantearse como tales ya exaltan no tanto su propio contenido, sino sobre todo el fondo en el que se mueven y la manera como lo hacen. Es decir, no es suficiente jamás con señalar un elemento o incluso un sistema dominante como definitorio de una época, sino que es necesario ver que esta entidad se mueve en un entorno, existe en y sólo en relación con otros elementos o sistemas por los que se ve delimitado y definido. Por ello, no vale la pena dejarse llevar por lo evidente. Si bien actualmente se toma por un hecho que el sistema económico dominante, el capitalismo, arrastra en su recorrido a los sistemas políticos y sociales también, y que ante esto no hay, por lo mientras, un oponente capaz de hacerle frente, eso no quiere decir que la nuestra sea una época que sólo se pueda definir desde el capitalismo y sus lógicas.

Es cierto que fuera de la corriente dominante es difícil moverse, pero también es cierto que incluso esta corriente es una apuesta que está en constante juego y que en cualquier momento puede transformarse en algo distinto. Pensar que al sistema capitalista no hay actores que se le opongan es creer que el devenir se ha vuelto estático por fin. Desde ahí no es posible pensar nada pues tan sólo el hecho de que un sistema sea total es porque se está comparando frente a otras cosas que no lo son.

Es verdad que frente a algo tan enorme como un sistema dominante se vuelve una tarea titánica pensar algo distinto. Y, sin embargo, el movimiento es necesario incluso ahí, tan sólo para dar cuenta de la totalidad o supuesta totalidad. Explico: tanto en los márgenes como en el interior de todo sistema, hay movimientos que hacen dar cuenta del marco donde se encuentran. Tales movimientos dejan ver no sólo que la totalidad del sistema es cuestionable, sino incluso permiten ver que el grado de crecimiento y de involucramiento de tal sistema no fue igual siempre. Es decir, sólo mediante la visibilidad que adquieren ciertos movimientos es que se puede tantear el horizonte en el que nos encontramos. Tales movimientos, al seguir sus propios patrones, cuestionan toda idea de totalidad. Y, sin embargo, no dejan de moverse con relación a una composición y un marco mayor. Esos movimientos entran en la lucha por la definición de la cultura contemporánea, cada uno a su manera. Y en las formas en que cada uno encuentra para combatir revelan mucho del fondo en el que se desarrolla la batalla. Se trata de una constante paradoja donde a su vez la totalidad

depende de todos y cada uno de los menores movimientos y viceversa. Sin embargo, eso que se pretende como totalidad está también siempre en riesgo de dejar de serlo o incluso que se demuestre que nunca lo fue. Por eso es tan importante que en la actualidad no se dejen de lanzar apuestas acerca de lo que puede o no ser la cultura contemporánea.

Si se quiere pensar trágicamente, no nos queda de otra más que realizar apuestas que sabemos que vamos a perder. Por un lado, si resulta que el sistema dominante, en este caso el capital, no es total, entonces erramos al identificarlo y más bien es otro. Pero, del otro lado, si el capitalismo terminara siendo realmente total, entonces ya no habría posibilidad siquiera de identificarlo como tal. No hay parámetros para medir la totalidad. Mientras haya la posibilidad de denunciar algo como total y absoluto, quiere decir que aún podemos percibirlo desde otro lugar o desde otros parámetros diferentes a los suyos. En el momento en que deje de haber movimientos, marginales o no, respecto a un sistema, entonces el devenir se ha vuelto estático. El peligro está en que ése es justo el momento en que dejaremos de hacer apuestas, pues ya ni siquiera habría nada que perder ni nada que ganar.

Actualmente, aún con la aparente ausencia de opciones de escape a la lógica del consumo, sigue habiendo movimientos dentro del sistema. Si no hubiera movimientos, repito, no se podría identificar siquiera tal sistema. Sin embargo, la particularidad de estos movimientos es que ya no constituyen una oposición y ni siquiera varias, sino que simplemente se sabe que están ahí. Se sabe que hay inconformidad, denuncias, protestas, etc., pero no se sabe hacia donde apuntan. La apuesta ahora sería que en su movimiento quizá estén poco a poco revelando otro marco que les sirve de fondo, el cual, tal vez, aún no sabemos bien cómo asumir.

## 1.2 Emergencia

En el umbral de la década de los 90, justo cuando surgió una tesis que proclamaba la llegada del devenir estático bajo el título del “fin de la historia”<sup>3</sup>, también estaba emergiendo un movimiento que precisamente ya no se planteaba desde una postura opuesta totalmente al capitalismo y las lógicas del consumo, sino que se colocaba dentro de él como elemento viral, infiltrándose para atacar desde dentro. A ese movimiento se le llamó *culture jamming*<sup>4</sup>.

No es fácil definir el *culture jamming*, pues tal término se refiere a una gran cantidad de prácticas que fueron usadas como tácticas para resistir al sistema inscribiéndose de diversas maneras en los medios y lenguajes de la cultura del consumo. Se podría decir que cada una de las acciones o cada uno de los proyectos que fueron catalogados bajo el *culture jamming* contaba con su propia fórmula y forma de operar. No hay una delimitación exacta de lo que puede ser considerado *culture jamming* o no. Sin embargo, el término tiene su historia. Tal historia puede ayudarnos a delimitarlo un poco.

De acuerdo con Mark Dery, un crítico cultural estadounidense, la primera vez que se usó el término *culture jamming* fue en 1984 en un audio-collage titulado *JamCon'84* de la banda de música experimental llamada *Negativland*<sup>5</sup>. En tal grabación, que apareció sólo en *cassette* en aquel entonces, se propone como una forma de arte no sólo la intervención de estaciones de radio con grabaciones como ésa, sino también la intervención de anuncios espectaculares públicos, programas de televisión, medios impresos e incluso galerías y museos de arte. Mark Dery, años después,

---

<sup>3</sup> Con la tesis sobre el fin de la historia, Francis Fukuyama proclamaba que con la democracia liberal se había llegado al fin de las oposiciones radicales y al último estadio del desarrollo de la humanidad, alcanzando su punto de mayor perfección posible (Fukuyama, Francis, *El fin de la historia y el último hombre*, Editorial Planeta, México, 1992).

<sup>4</sup> Las traducciones más conocidas del término *culture jamming* son las de “sabotaje cultural” (Lasn, Kalle, *Sabotaje cultural. Manual de uso*, El viejo topo, España, 2007), y “piratería publicitaria” (Klein, Naomi, *No logo. El poder de las marcas*, Paidós, España, 2001), sin embargo, en este texto se prefiere utilizar el término original en inglés para evitar confusiones, pues las prácticas específicas del sabotaje y la piratería representarían sólo una parte del amplio conjunto de prácticas que implica el *culture jamming* y que serán descritas a lo largo de lo que resta de este capítulo.

<sup>5</sup> Dery, Mark, *Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs*, 1993. En: [http://markdery.com/?page\\_id=154](http://markdery.com/?page_id=154)



rescató la etiqueta que ya había lanzado la banda como una propuesta y la utilizó para identificar un movimiento entero que respondía a las mismas inquietudes. La práctica del *jamming* hasta entonces había sido utilizada para nombrar a las prácticas ilegales de interrupción de transmisiones de radio o conversaciones metiendo ruido o mensajes en la señal para bromear, sabotear, interrumpir, bloquear, vandalizar o simplemente distorsionar o saturar el sistema. Pero, con este giro, se convirtió en una etiqueta para identificar una forma de operar desde dentro del sistema mismo a través de la burla, la parodia o la desviación de los mensajes de la publicidad y los medios comerciales en general. Se habló entonces de un *jamming* no solamente sonoro, sino que interfería en cualquier tipo de discurso cultural.

Bajo la lectura de Mark Dery, quien se convirtió en el primer teórico del movimiento, el *culture jamming* se volvió una técnica de análisis de los discursos mediáticos. Sería algo similar, dice, a lo que mucho tiempo atrás Roland Barthes había propuesto como semiología. Sin embargo, hay una peculiaridad que lo distingue. Y es que los *culture jammers* ya no se preocupan únicamente por realizar análisis teóricos de las mitologías de la cultura de consumo, los cuales sólo generan infinidad de textos cada vez más especializados y pomposos sin efecto en la sociedad. Más bien, intentan dar sentido al mundo de la comunicación desde dentro como una política comprometida que se asume como parte de un imperio de los signos. Ya no se trata de plantearse desde un supuesto afuera de la sociedad de consumo para criticarla, sino de hacerlo desde el interior a la manera del sarcasmo, la ironía o el cinismo.

Dery asocia el *culture jamming* con lo que Umberto Eco propuso como “guerrilla semiológica”, “una acción para incitar a la audiencia a que controle el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación”, decía Eco<sup>6</sup>. Se trata de una forma de mostrar las discrepancias en los mensajes en la comunicación masiva entre el código de partida y el de llegada, es decir, entre el emisor y el receptor. Y es que precisamente, como lo describe Mark Dery, para poder actuar la práctica del *culture jamming* siempre exhibe su procedencia. Es decir, es necesario que se valga del reconocimiento popular de los elementos que utiliza para de ahí ejecutar un movimiento, un giro no

---

<sup>6</sup> Eco, Umberto, *La estrategia de la ilusión*, Lumen, España, 1998, p. 144.

convencional que choca con la percepción regular a la que el espectador está acostumbrado a relacionar con dichos elementos. Así, regularmente el *culture jamming* selecciona elementos que se han convertido en símbolos identificables por un amplio número de personas y que si se han convertido en símbolos es porque no solamente son reconocibles fácilmente, sino que se caracterizan por regular la conducta de las personas. Ejemplos de tales símbolos serían los logotipos, los nombres o los *slogans* de las marcas comerciales. Otras veces el *culture jamming* se vale no de símbolos, sino de meras ideas, estereotipos o patrones asociados con las marcas o con determinado estilo de vida.

A partir de la fuerza con que se han posicionado ciertos elementos de la cultura, el *culture jamming* no sólo los retoma, sino que intenta subvertir o desviar su mensaje. En ese sentido, se plantea no sólo como una forma de manipulación de elementos reconocidos, sino como un modo de resistencia a una cultura del consumo que se sostiene sobre la lógica de la publicidad. Algunos de los practicantes del *culture jamming* han equiparado metafóricamente su propia práctica con el arte marcial *jujitsu*, el cual se caracteriza por aprovechar la fuerza del enemigo para hacerlo caer de un sólo golpe<sup>7</sup>. Es decir, de lo que se trata es de voltear los medios por los que la cultura del consumo se ha ido instituyendo en favor del espectador. Lo que propone el *culture jamming* es ya no solamente ser un receptor pasivo ante los mensajes, uno que únicamente responde comprando o no el producto de una determinada campaña, sino que interfiere desde el mensaje manifestando su inconformidad con el hecho de ser invadido o bombardeado por sus anuncios.

Al espectador de los anuncios publicitarios la mayoría de las veces no se le ha pedido permiso para colocar gran cantidad de anuncios frente a su mirada en las calles ni tampoco, por ejemplo, para enviar señales de radiofrecuencia con fines de lucro a través del espacio público. Por ello, los *culture jammers* no encuentran ninguna objeción para apropiarse de los contenidos de todo tipo de anuncios y de paso revelar los intereses mercadológicos con los que fueron realizados estos elementos. Naomi Klein, en su conocido libro *No logo* del año 1999, definió el *culture jamming* como “una visión de rayos X de subconsciente de la campaña publicitaria que no revela un

---

<sup>7</sup> Klein, Naomi, *No logo. El poder de las marcas*, Paidós, España, 2001, p. 331.

pensamiento opuesto a ella, sino la verdad profunda que se esconde tras las capas de eufemismos publicitarios”<sup>8</sup>. Lo que se busca es que a partir de la intervención el espectador cree su propio criterio.

Como lo dice Klein, aunque es difícil rastrear a ciencia cierta las raíces del *culture jamming*, se puede ver que se trata de una mezcla de una gran cantidad de prácticas o manifestaciones de contracultura que se fueron desarrollando a lo largo del siglo XX, cuando menos<sup>9</sup>. En el *culture jamming* se puede apreciar una combinación de *graffiti*, *punk*, caricatura política, simple vandalismo y mucho de arte contemporáneo<sup>10</sup>. Por su parte, Mark Dery, identifica que el *culture jamming* podría inscribirse en un *continuum* histórico en el cual se podrían incluir el *samizdat* ruso<sup>11</sup>, la propaganda antifascista de John Heartfield, el *détournement* situacionista<sup>12</sup>, el periodismo *underground* de los 60<sup>13</sup>, el “terrorismo poético” de Hakim Bey<sup>14</sup>, la técnica del “*cut-up*” de William Burroughs<sup>15</sup>, entre otras. Se trata, de acuerdo con Dery, de una categoría elástica que abarca múltiples prácticas subculturales que operan bajo diferentes formas y con distintos objetivos.

---

<sup>8</sup> *Ibidem*.

<sup>9</sup> Más adelante, en el apartado 2.1, se discutirá el término “contracultura”.

<sup>10</sup> Klein, *No logo*, p. 332.

<sup>11</sup> *Samizdat* es un término ruso que significa autopublicación. Durante el período de la Unión Soviética se le llamó así a cierto tipo de publicación hecha de bajo presupuesto que se distribuía de mano en mano para evadir la censura del régimen.

<sup>12</sup> *Détournement* es un término francés que significa “desviación” y fue utilizado por el movimiento artístico situacionista como operación para desvirtuar y dismantelar el valor de las imágenes del mundo del espectáculo.

<sup>13</sup> Específicamente, Dery cita los casos de algunos activistas importantes de los 60 que tuvieron repercusiones sociales a través de la prensa *underground* como: Paul Krassner, Jerry Rubin y Abbie Hoffman.

<sup>14</sup> Hakim Bey propone el llamado “terrorismo poético” como un modo de transformación de la vida, tanto de quien lo hace como de quien lo recibe. También lo llama sabotaje del arte o de creación para la destrucción. Se trata de una propuesta hilarante. No queda claro exactamente a qué se refiere tal término, pero pone ejemplos como: Secuestrar a alguien y hacerlo feliz, allanar moradas pero en vez de robar dejar objetos poético-terroristas, cartas anónimas enviadas al azar, bailes inverosímiles en cajeros automáticos nocturnos, volar torres de transmisiones, pirotecnia, pornografía, *breakdancing*, vandalismo, brujería, etc. (Hakim Bey, *Zona temporalmente autónoma*, Talasa Ediciones, España, 1996, *circa*. pp. 9-21).

<sup>15</sup> La técnica del “*cut-up*” fue propuesta por Burroughs como una manera de composición de textos y de transformar la realidad a través de la ruptura con el lenguaje. Se trata básicamente de tomar textos de periódicos, libros o revistas, recortarlos, mezclarlos y generar una pieza con ellos. Esta técnica fue tomada por Burroughs de los dadaístas quienes así componían algunas de sus obras.

Muy especialmente se ha llegado a trazar una línea entre corrientes artísticas críticas como el dadaísmo o el situacionismo y el *culture jamming*; principalmente por su forma de operar recuperando elementos de la cultura de masas para desde ahí generar sentidos no implicados antes de la apropiación. De acuerdo con Naomi Klein, la diferencia entre los gestos artísticos y los del *culture jamming* es que éstos últimos ya no dirigen su crítica contra la institución del arte, la mayoría de las veces ni siquiera les importa si lo que hacen puede ser considerado arte o no, sino que van directamente al espacio social-político. Combatir a las marcas sería una tarea más relevante para estos artistas que intentar interferir en la definición de cualquier idea de arte. Vale la pena, sin embargo, retomar la línea histórica que une a dichos movimientos por una cuestión conceptual.

### 1.3 Continuum

Si bien hay infinidad de prácticas subculturales o incluso contraculturales<sup>16</sup> que se pueden vincular con el *culture jamming*, hay un relato específico que liga ciertas corrientes artísticas con él. Tal relato está relacionado con una salida paulatina de las prácticas de creación del mundo del arte hacia la esfera pública.

Prácticas como el *ready-made* de Duchamp, o el *détournement* de los situacionistas, cobran otro sentido si se les pone al lado de todo tipo de prácticas que apropiándose de lo que se encuentra a la mano lo llevan a un nivel en el que pierde su uso normalizado y se convierten en piezas de reflexión. La importancia del uso de elementos de la cultura industrial que comenzó con el gesto de Duchamp en *La fuente* va, al menos, en dos sentidos. Por un lado, al insertar este tipo de elementos

---

<sup>16</sup> Vale la pena señalar la diferencia entre subcultura y contracultura más allá de la distinción obvia que se puede inferir a partir de ambas palabras. A grandes rasgos, y siguiendo a Dick Hebdige, la subcultura se refiere a las formas y rituales de grupos subordinados como lo han sido en otros tiempos los *teddy boys*, *mods*, *rockers*, *skinheads* o *punks*. La subcultura se compone de formas simbólicas de resistencia que se basan en distinciones de clase, región, ideología, vestimenta, etc. y tienden a ser fácilmente identificadas, entronizadas y asimiladas. Por otro lado, la contracultura es una etiqueta que abarca un amplio conjunto de subculturas juveniles que convergen en el hecho de estar en contra de un imaginario establecido (Hebdige, Dick. *Subcultura. El significado del estilo*, Paidós, España, 2004). Como ya se dijo, en el apartado 2.1 de esta tesis se abordará directamente la definición de contracultura, de la mano de Theodore Roszak, quien acuñó el término.

en el ámbito del arte como piezas de contemplación, se propicia una reflexión acerca del estilo de vida que proponen esos objetos a nivel masivo. Por otro lado, el mismo gesto sirve como un detonador del pensamiento o de la crítica de arte, pues los obliga a cuestionarse sobre su papel en la sociedad de su época. Es decir, se vuelve una crítica contra el mismo sistema y el pensamiento del arte, pues lo cuestiona como una esfera separada de la realidad social, económica y política.

El *culture jamming*, por su parte, ya no aspira a elevarse a categoría de arte y desde ahí ejercer una crítica. Más bien, cumple el sueño situacionista para el cual el arte sólo se podía cumplir en su propia eliminación<sup>17</sup>. Se empareja a los lenguajes de la vida cotidiana, interviene directamente en los canales por los que se transmite el mensaje de la cultura comercial. Se trata de un arte en el sentido de un hacer, de una práctica que se asume su labor de encargo de las sensaciones que componen nuestra experiencia diaria. En algún sentido estaría también emparentado con el arte *pop*, pues se deja llevar por la fascinación de la cultura comercial. Pero esta vez se realiza con un movimiento doble que integra la crítica que podría definir al arte dadaísta de John Heartfield o Raoul Hausman con el de Warhol. El movimiento es hacia adentro en el sentido de que a la crítica se le integra el elemento atractivo del *pop*, pero también es hacia afuera, pues el producto ya no es algo que pretenda cambiar algo o tener repercusiones en el mundo del arte, sino totalmente lo contrario, lo que le interesa es el impacto social y político<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> En la tesis 191 de *La sociedad del espectáculo*, Guy Debord argumentaba que el arte moderno había llegado a su fin con el dadaísmo y el surrealismo. “El dadaísmo quiso *suprimir el arte sin realizarlo*, el surrealismo *realizar el arte sin suprimirlo*”. Para Debord, estas corrientes surgen en la época de la tendencia hacia la disolución del arte, pero, al mismo tiempo que intentan desaparecerlo, lo refuerzan como esfera separada que demanda la desaparición. Por ello, para los situacionistas la única forma de realizar el arte es llevarlo a la praxis: “la supresión y la realización del arte son dos aspectos inseparables de una misma *superación del arte*” (Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre-Textos, España, 1999, pp. 57-58).

<sup>18</sup> Poniendo énfasis en el arte *pop*, el filósofo Arthur Danto, curiosamente unos años antes de la proclamación del “fin de la historia” de Fukuyama, había proclamado el “fin del arte”. Si este autor argumentaba que el mundo del arte había llegado a su fin era porque no había ya más distinción entre lo que puede ser considerado arte institucionalmente y lo que no (Danto, Arthur, *Después del fin del arte*, Paidós, España, 1999). Esto permite justamente la salida de la institución de la crítica hacia la de los modos de producción, pues dentro de la esfera del arte pareciera que la ley de la mercancía ha sido adoptada sin mayor resistencia a partir de la aceptación del poder de designación sobre lo que es o no “obra de arte”.

Al parecer, poco a poco algunas prácticas artísticas que aspiraban a tener algún impacto en la sociedad se tuvieron que ir separando del mundo reconocido del arte. Al menos hay una lectura que así lo ha tomado, estableciendo una línea entre las prácticas dadaístas y las situacionistas ya mencionadas, pero virando su sentido en la segunda mitad del siglo XX directamente hacia la cultura popular de las décadas que siguieron a los 60. Así, el movimiento *hippie*, más tarde el *punk* y, en general, los movimientos juveniles asociados a diferentes subgéneros de la música *rock* vendrían a satisfacer las expectativas de los creadores interesados en provocar cambios a nivel social<sup>19</sup>.

La psicodelia de los 60 lograba reunir multitudes en torno a causas sociales acompañadas de expresiones festivas musicales ligeramente relacionadas con el ambiente artístico<sup>20</sup>. Pero más tarde hubo un giro que dirigió los intereses de los creadores a partir de la década de los 70 hacia la música. Tal rizo se asocia generalmente con el movimiento *punk* que se dio en las ciudades de Londres y Nueva York originalmente y se diseminó en distintas ciudades de Inglaterra y Estados Unidos bajo la consigna del “hazlo tú mismo”. En gran parte, se podría decir que este giro está más bien relacionado con la diseminación de tecnologías de fácil acceso al público en general que se

---

<sup>19</sup> Una lectura como ésta fue lanzada por Marcus Greil en *Rastros de Carmín* al final de la década de los 80. Este autor trazó una ruta entre los dadaístas, los situacionistas y la banda de *punk* llamada *Sex pistols* (Greil, Marcus, *Rastros de carmín*, Anagrama, España, 1993). Podría parecer una interpretación forzada para dar cierta credibilidad a la música *rock* comercial, sobre todo viniendo de un periodista del género que se gana la vida con sus escritos insertos siempre en la industria musical. Sin embargo, tal lectura no era nueva en primer lugar, pues, como él mismo lo señaló, ya desde el surgimiento del *punk*, se hacía tal asociación a nivel social. En segundo lugar, esa interpretación ha sido retomada en otras ocasiones, entre ellas, precisamente la lectura del *culture jamming* hecha por Lasn Kalle (Kalle, *Sabotaje cultural*).

<sup>20</sup> De acuerdo con Stewart Home, en *El asalto a la cultura*, el movimiento artístico *Fluxus*, del cual participaron artistas como George Maciunas, John Cage o Yoko Ono, se vio levemente vinculado con el hippismo al final de los 60. *Fluxus* fue primero el nombre de una revista y después de un movimiento de acciones multimedia. Se organizaban conciertos/*performances* donde a partir de un guión cualquier persona podía ejecutar la pieza. En ocasiones el público asumía el rol del artista y viceversa. Se proponía como un movimiento político y cultural que pretendía interrumpir la vida cultural de diversas maneras, Maciunas llegó a proponer como obra de arte interrumpir el sistema de transportes, saturar el sistema postal, colocar bombas fétidas, polvos pica pica o anuncios falsos en lugares públicos, etc. (Home, Stewart, *El asalto a la cultura*, Virus, España, 2002, *circa*. Cap. 9).

venían desarrollando desde varias décadas atrás<sup>21</sup>. Pero lo importante es que, a partir de ese momento, ya no sólo los jóvenes, sino el ciudadano promedio que aspiraba a repercutir en su entorno social tenía la oportunidad de utilizar esos medios para sus propósitos.

Ese gesto que nació con la autoedición de la música, pronto se diseminó en muchas otras prácticas conocidas hoy como *tactical media*, que básicamente se basan en la posibilidad de apropiación de los medios de producción de la industria por parte de los usuarios<sup>22</sup>. Para el momento en que aparece el *culture jamming*, éste ya se ha conformado como una práctica sofisticada que integra un gran número de elementos en su hacer. Los *tactical media* forman parte ya de éste y viceversa. Así es como el *culture jamming*, que nace en medio de un ambiente más bien relacionado con la música que con las artes plásticas, poco a poco se fue dirigiendo hacia todo tipo de intervenciones en los medios.

A principios de la década de los 90 fue cuando Mark Dery utilizó el término *culture jamming* para identificar una forma de actuar. Sin embargo, se trataba de una etiqueta muy flexible que abarcaba, para Dery, al menos las siguientes manifestaciones: *Subvertising*; *media hoaxing*; *audio agitprop*; y *billboard bandity*.

---

<sup>21</sup> En especial, la cada vez más grande accesibilidad para grabar audio en discos de vinilo hizo que un gran número de jóvenes emprendieran proyectos musicales de baja calidad y lanzaran su propia propuesta sin preocuparse demasiado de agradar o no a la crítica en general. Lo que buscaban era más bien difundir mensajes personales que a su vez tampoco se podrían constituir como una propuesta acabada, sino como meros reclamos de vida, aburrimiento, desesperación, etc., ante la sociedad de su época. Del mismo modo, los aparatos de impresión y reproducción de imágenes tales como la fotocopidora, y más tarde las impresoras personales, provocaron que una gran cantidad de personas encontraran medios para autoeditar y distribuir información, formando grupos de afines entre ellos.

<sup>22</sup> El término *tactical media* fue acuñado en los años 80 para referirse a una gran cantidad de prácticas que hacían uso de las tecnologías con fines subversivos (García, David y Lovink Geert, *The ABC of tactical media*, 1997. En: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-9705/msg00096.html>). Está basado en la distinción que identificó Michel de Certeau entre las tácticas y las estrategias. De Certeau llama estrategia “al cálculo (o la manipulación) de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica) resulta aislable.” Las tácticas, por otra parte, son el arte de los débiles. Se caracterizan por la ausencia de un lugar propio; se ejercen ocupando el lugar del otro. No se colocan desde una posición separada. La táctica es ocasional, móvil y siempre contingente (de Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano 1, Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México, 2007, *circa*. pp. 40-45).

-*Subvertising* se entiende como la producción y diseminación de anti-anuncios, es decir, anuncios que se agarran de una campaña para subvertirla a través de la parodia o la exageración. Un ejemplo de ello se podría ver en la anti-campaña que la revista *Adbusters*<sup>23</sup> realizó en 1993 parodiando a la campaña de la marca Calvin Klein del agua de colonia *Obsession*. Mientras que en la campaña de la marca se exaltan valores estereotipados sobre la masculinidad y la feminidad, en la anti-campaña se dejan ver las debilidades del ego al verse obsesionado por llenar los estereotipos lanzados a través de los medios y justamente el tipo de campañas como las de la marca en cuestión.

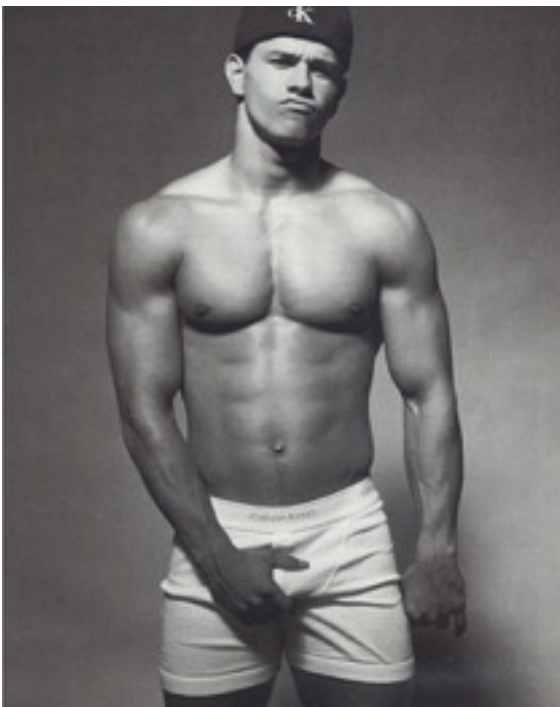
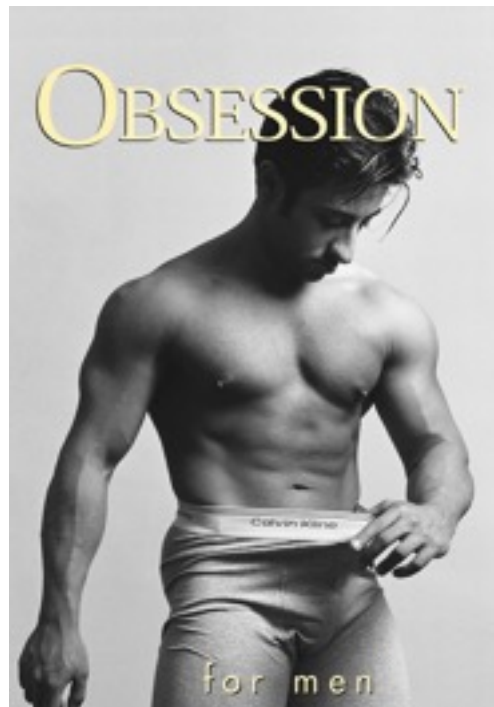


Imagen parte de la campaña de Obsession, de Calvin Klein, 1993.



Anti-anuncio de *Adbusters* contra la campaña de Calvin Klein, 1993.

---

<sup>23</sup> *Adbusters*, significaría algo así como “caza-anuncios” o “rompe-anuncios” y es una revista que desde su fundación en el año de 1989 se dedicó a difundir este tipo de campañas, tratando de promover un activismo mediático, el cual años después de su fundación se identificaría bajo la etiqueta de *culture jamming*.



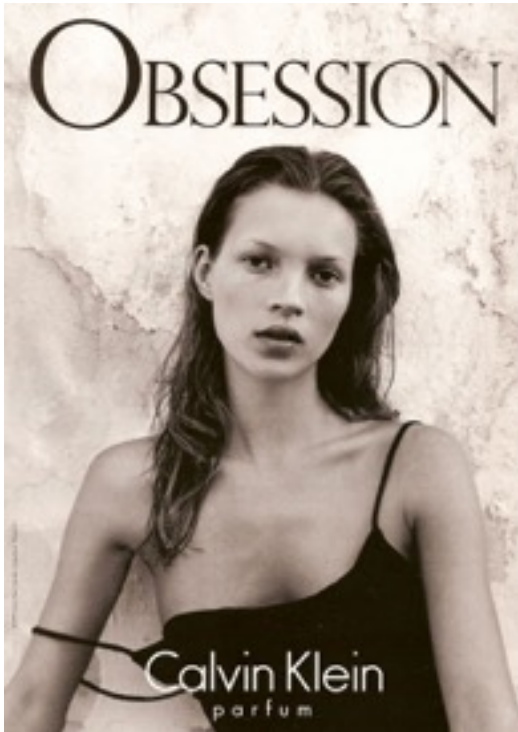
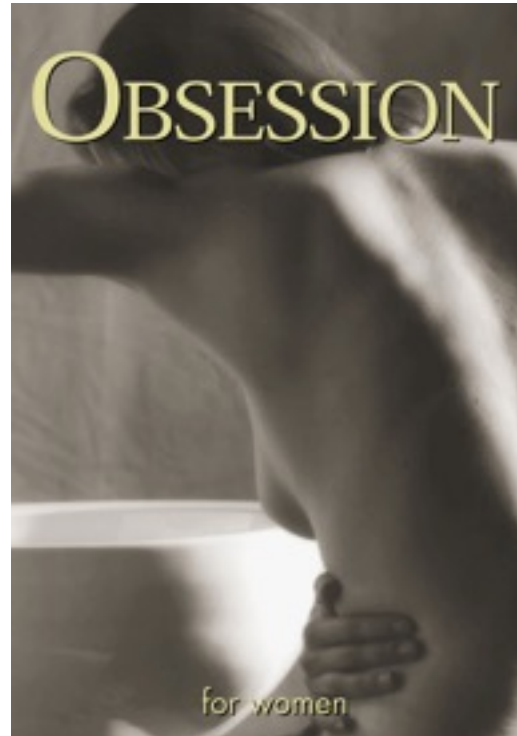


Imagen parte de la campaña de Obsession, de Calvin Klein, 1993.



Anti-anuncio de *Adbusters* contra la campaña de Calvin Klein, 1993.

-*Media hoaxing* son bromas mediáticas que aprovechan la dinámica del espectáculo y el entretenimiento para insertarse en el circuito de noticias de primera plana engañando a los medios. La ambición de distintos sectores de los medios que se dejan llevar por el asombro que puedan provocar las noticias hace que se vuelvan blancos fáciles para lo *culture jammers*. Una de las bromas más conocidas a los medios es la conocida como *grunge speak*. Tras la gran ola de atención que recibió el movimiento musical de la ciudad de Seattle conocido como *grunge* a principios de los noventa, muchos de los participantes de dicho movimiento estaban hartos del acoso de los medios. Megan Jasper, la recepcionista de una disquera local llamada *Sub Pop Records* decidió tomar venganza jugándole una broma a un reportero del New York Times. El 15 de noviembre de 1992 fue publicada en el famoso periódico una lista de expresiones supuestamente parte de la jerga cotidiana de la gente involucrada en el movimiento *grunge*. Tal lista la había inventado la recepcionista en el momento ante la presión del reportero por saber si los fans del *grunge* tenían una jerga especializada. La broma fue tan conocida que muchos de los que se identificaban con el

movimiento tomaron algunas de esas expresiones absurdas para imprimirlas en camisetas o a utilizar realmente el vocabulario en tono de burla<sup>24</sup>.

-*Audio agitprop* es un término que usa Dery para describir las mezclas que hacen los *jammers* a partir de muestras sonoras de la cultura comercial, subvirtiendo sus mensajes. El trabajo de la ya mencionada banda *Negativland* es un buen ejemplo de ello. En sus piezas sonoras y sus videoclips toman generalmente *jingles* o partes de los discursos de los anuncios comerciales, repitiéndolos hasta el cansancio o hasta que pierdan su sentido o asociándolas con imágenes u otros discursos que las cuestionen. Por ejemplo, en el EP *Guns* de 1992, donde se mezclan infomerciales de armas para uso de mujeres con fragmentos de películas típicas del género *western*, reportajes radiofónicos sobre el asesinato de John F. Kennedy, etc.

-*Billboard bandity* es una forma de referirse a la práctica ilegal de atacar anuncios públicos, ya sea simplemente estropeándolos, rasgándolos y tachándolos, o creativamente alterando su contenido para dar un mensaje distinto al planeado. El grupo activista *Billboard Liberation Front*, de San Francisco, es un buen ejemplo de esto último. Sus intervenciones en espectáculos públicos están pensados para que con unos cuantos retoques a la imagen se cambie totalmente el sentido. Así, el nombre de la marca *Marlboro* puede convertirse con el cambio de una sola letra en *Marlbore* (el uso del “*bore*” en la alteración remite en inglés a “aburrido”), dejando al espectador la labor de interpretar la transformación pero haciendo claro al mismo tiempo un hartazgo hacia una campaña tan posicionada y duradera como la de los cigarrillos. De igual modo, la conocida campaña de la corporación *Apple* que le dio lugar en el imaginario social bajo el *slogan* “*Think different*” (Piensa diferente) se convirtió en “*Think disillusioned*” (Piensa desilusionado) con unas cuantas etiquetas pegadas sobre el *slogan* y sobre el *logo* de la marca que después de la intervención en lugar de ser una manzana pasó a ser un cráneo mutilado.

---

<sup>24</sup> En la película documental *Hype!*, de 1996, dirigida por Doug Pray, que trata de la forma en que la escena *grunge* de Seattle fue absorbida por los medios, se encuentra documentado y comentado este acontecimiento por los partícipes del mismo.



*Billboard Liberation Front*, 1989 ([http://we-make-money-not-art.com/archives/other\\_reports/index.php?page=10](http://we-make-money-not-art.com/archives/other_reports/index.php?page=10))



*Billboard Liberation Front*, 1980 ([http://we-make-money-not-art.com/archives/other\\_reports/index.php?page=10](http://we-make-money-not-art.com/archives/other_reports/index.php?page=10))

Junto con todas estas manifestaciones que habían sido ya identificadas por Mark Dery como parte del *culture jamming*, surgió a la par un movimiento político ciudadano que cuestionaba el sistema de consumo en su totalidad. Sus motivaciones podían ser ya fuera ecologistas o de desigualdad

social. Cuando al final de la década de los 90, en el umbral del siglo XXI, Naomi Klein detectaba una nueva militancia global en contra de las marcas en *No logo*, el *culture jamming* era uno de los capítulos que conformaban su tesis junto a otra gran cantidad de esfuerzos con los mismos fines. El libro, aunque fue terminado antes de que en noviembre de 1999 se diera la primera gran manifestación multitudinaria crítica de la globalización en la ciudad de Seattle, no fue publicado sino hasta después de tal acontecimiento. Sin embargo, se podría decir que en la manifestación vino a culminarse un movimiento que se había estado gestando durante toda la década de los 90 e incluso desde antes. En tal acontecimiento convergieron diferentes formas de subcultura y contracultura con un sentido de antagonismo a una corriente cultural que se quería proponer como global.

La característica de algunas manifestaciones de finales de los 90 y principios del siglo XXI era que se trataba de carnavales de la imaginación donde se permitía cualquier muestra artística como parte de ellos. Se revivió un poco el espíritu del hipismo en ese sentido. La diferencia es que los festivales ya no eran en campos abiertos, sino en plena calle, paralizando el tránsito y toda la vida cotidiana en pro de un goce amplio estético. Al menos tres frentes se unieron aquí: *fanzines*, folletos o publicaciones independientes impresas; fiestas callejeras que venían desde *Recuperar las calles*<sup>25</sup>; y la comunicación por medio de las relativamente nuevas tecnologías de ese momento que eran el teléfono celular, los dispositivos móviles de mensajes de texto y el *Internet*<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> *Recuperar las calles* es un colectivo activista que aboga por la propiedad comunal de los espacios públicos. Naomi Klein, en *No logo*, dedicó un apartado a este colectivo que sobresalía por su forma de operar bloqueando calles, carreteras y avenidas principales con fiestas callejeras espontáneas. Los activistas de recuperar las calles toman al automóvil como principal símbolo o manifestación más palpable de la invasión industrial del espacio común (Klein, *No logo*, pp. 363-376).

<sup>26</sup> En el texto *Do-it-yourself geopolitics*, Brian Holmes recuerda especialmente el 8 de junio de de 1999 y el llamado *Carnaval contra el capital* como una situación construida colectivamente. El objetivo de tal carnaval fue bloquear el distrito financiero de la ciudad de Londres. Para ello se hizo uso de máscaras de carnaval que se distribuían entre la gente que bloqueaba las calles, las mismas máscaras contenían mensajes y se repartieron panfletos entre los participantes del carnaval y entre la gente ajena que se veía interpelada por la fiesta. Además, todo este evento fue precedido y sucedido por un correlato tecnológico gracias al uso del relativamente reciente desarrollo de *Internet*. Listas de *e-mails* y *websites* especializados en la organización de este tipo de eventos fueron elementos claves antes y después del evento (Holmes, Brian, *Do-it-yourself geopolitics*, 2007, en: <http://brianholmes.wordpress.com/2007/04/27/do-it-yourself-geopolitics/>).

## 1.4 Actualidad

Hoy en día los mecanismos del *culture jamming* que alcanzaron su auge como manifestación contracultural en los años noventa pueden ser encontrados en infinidad de manifestaciones disímiles. Se puede tomar al *culture jamming* como una forma de participación en la construcción de una sola cultura. Esa cultura es la de los signos, de la imagen, de las marcas y las corporaciones; la que impone estilos de vida, clichés y reglas de normalidad. Los *jammers*, más que como simples renegados, serían aquellos que asumen la cultura actual como una que no puede ser pensada sin los dispositivos de comunicación y los productos que han resultado de ella. Así, se saben dentro de un gran mar de símbolos culturales y populares y trabajan desde dentro de esta cultura para intervenir en las decisiones sobre la misma.

Los *jammers* actúan como los artistas descritos, en el umbral del siglo XXI, por Nicolas Bourriaud bajo la etiqueta de “postproducción”, pero a la vez también como aquellos que describió como “estética relacional”<sup>27</sup>. Actúan como postproductores retomando siempre elementos ya producidos y disponibles en el imaginario cultural para realizar sus obras; incluso, de no ser por la carga simbólica con que cuentan los elementos, la obra carecería de sentido. Pero también es por ello que las obras del *culture jamming* provocan siempre un efecto sobre el espectador hacia el cual se dirigen. Los *jammers* cuentan con el conocimiento previo de los elementos por parte del espectador y la obra no termina sino hasta que éste realiza la lectura de la misma poniendo en movimiento los elementos en cuestión. En ese sentido, el *jammer* genera un encuentro siempre, no sólo del espectador con el productor o provocador, sino alterando el espacio cotidiano donde todos los espectadores se desenvuelven, provocando así distintas relaciones entre ellos también. La diferencia entre los *jammers* y los artistas descritos por Bourriaud es, una vez más, que los *jammers* no reclaman nada al mundo del arte institucional, no están generalmente en los museos sino en las

---

<sup>27</sup> “Postproducción” y “Estética relacional” son dos títulos de libros de Nicolas Bourriaud, un crítico y curador de arte francés que utilizó estas dos etiquetas para describir el arte generado a finales del siglo XX y principios del XXI (Bourriaud, Nicolas, *Post-producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*, Adriana Aguilar Editores, España, 2004 y Bourriaud, Nicolas, *Estética relacional*, Adriana Hidalgo editora, Argentina, 2008).

calles y los medios de comunicación de las masas, siendo por ello, quizá aún más efectivos en sus operaciones que los artistas institucionales.

El *jammer* actúa dentro de la cultura como lo haría un músico que dentro de una banda que ejecuta una pieza y la interpretación final depende totalmente de la de cada uno de sus miembros. En el ámbito de la música resulta muy claro que la práctica del *jamming* se refiere a la libre ejecución de una pieza donde cada músico se la apropia y hace suya produciendo siempre una nueva interpretación. Así lo ha argumentado Christine Harold, quien remitiéndose a estas acepciones musicales del término “*jamming*”, lo usa para referirse a prácticas que no forzosamente se colocan en contraposición al sistema capitalista, sino que se infiltran en sus mecanismos para retarlo bajo sus propias normas<sup>28</sup>. El giro que hace Harold al término consiste en que no solamente se toman como *culture jamming* aquellas manifestaciones de resistencia que tratan de sabotear el sistema, intentando detenerlo o socavarlo, sino también aquellas que simplemente pueden desviarlo hacia intereses no considerados previamente; o incluso aquellas que retan al propio mercado y de esta manera lo intensifican o le exigen que dé respuestas a públicos anómalos.

El surfista y el comediante son otras figuras que Christine Harold también ha usado para caracterizar las operaciones del *culture jamming*. Con la figura del surfista, Harold está siguiendo a Deleuze, a su manera por supuesto, y se define éste como aquel cuyo objetivo no es ir contra la corriente para demostrar su fuerza o poder, sino al contrario, trata de subirse a la corriente, aprovechando la fuerza que ésta ya trae. Así, los *jammers* ya no se viven como agentes externos a la sociedad en la que se mueven, sino como agentes internos que navegan sobre la corriente. El comediante, a su vez, es una figura tomada de la *Genealogía de la moral* de Nietzsche y se caracteriza por el desapego de cualquier postura partidista o unilateral<sup>29</sup>. El comediante, dice Harold, no se engancha en las discusiones morales. Es la representación de lo que Nietzsche muchas veces propone como amoralidad, o algo más allá del bien y del mal. Es aquél que puede burlar toda identificación y toda norma social. Para Harold, el *culture jamming*, necesita ser

---

<sup>28</sup> Harold, Christine, *OurSpace, Resisting the corporate control of culture*, University of Minnesota Press, Estados Unidos de América, 2007, p. 69.

<sup>29</sup> Nietzsche, Friedrich, *La genealogía de la moral*, Alianza, España, 2009, circa. p. 201.

entendido bajo este tipo de figuras<sup>30</sup>. Sólo entendiéndolo de esta manera es como podemos actualmente seguir rastreando manifestaciones del *culture jamming*.

Desprendidas de las manifestaciones que fueron desarrolladas a final del siglo pasado, hoy podríamos detectar tres variaciones básicas del *culture jamming*: los *memes*, las manifestaciones multitudinarias en las calles a partir de *Occupy* y, finalmente, los movimientos ciudadanos por el *software* de código abierto y acerca de derechos de autor<sup>31</sup>. Es muy probable que ya no veamos en este tipo de manifestaciones un intento por desenmascarar al sistema o contrarrestar su fuerza. Aunque muchas veces sí es así, otras veces se utilizan las tácticas del *culture jamming* ya no forzosamente con un objetivo subversivo o de resistencia frente a la cultura comercial, sino como simple juego de referencias que sirven para comunicar mensajes específicos.

-Los *memes*, en su uso más coloquial y el que aquí nos interesa, son juegos satíricos de imágenes y otros símbolos que se pueden encontrar hoy en las principales redes sociales de *Internet*. El término *meme* fue usado ya desde el año 2000 por Kalle Lasn, uno de los promotores principales del *culture jamming*, para exhortar a los *jammers* a realizar acciones subversivas con inteligencia en la era de la comunicación<sup>32</sup>. De acuerdo con Lasn, *meme* es “una unidad de información (una frase hecha, un

---

<sup>30</sup> Harold, *OurSpace*, circa. Cap. 3.

<sup>31</sup> Aunque no hay hasta ahora algún marco de referencia teórico que haya realizado tal extensión del término de forma explícita en estas tres variaciones, nos tomaremos la libertad de hacerlo aquí, basándonos en tres referencias ya mencionadas: Kalle Lasn, quien ve en la lógica de los *memes* una herencia del *culture jamming* inicial (Lasn, *Sabotaje cultural*); Brian Holmes, quien capta una continuidad ente lo que él identifica como *tactical media*, que ya abordamos en el apartado anterior, en el *Carnaval contra el capital* de 1999 y las manifestaciones callejeras del mismo tipo que se han podido ver en lo que lleva de esta siglo (Holmes, *Do-it-yourself geopolitics*); y Christine Harold, quien explícitamente ve la más reciente forma de *culture jamming* en los movimientos de *software* libre (Harold, *OurSpace*). Cada una de estas líneas será desarrollada en los párrafos que siguen.

<sup>32</sup> Lasn retomó el término de Richard Dawkins, quien desde 1976 había definido el *meme* como un tipo de partícula de información que se transmite culturalmente. Dawkins intentaba explicar la propagación de ideas a nivel social. Quiso dar a este tipo de diseminación informática el mismo nivel científico que tienen los genes como elementos de transmisión de información y entonces buscó una expresión semejante a la de *gene* (que en inglés suena parecido a *meme*). A través del vocablo *meme*, Dawkins remite también a la raíz griega de las palabras memoria y mimesis, las cuales le ayudan a definir el nuevo vocablo en términos de propagaciones o herencias culturales que se dan principalmente por imitación (Dawkins, Richard. *The selfish gene*, Oxford University Press, Estados Unidos de América, 2006, circa. Cap. 11). Posteriormente, la propuesta de Dawkins se ha usado para proponer una teoría más general del ser humano como una máquina de tan solo genes y *memes* (Blackmore, Susan, *La máquina de los memes*, Paidós, España, 2000).

concepto, una melodía, una forma de entender la moda, la filosofía o la política) que salta de un cerebro a otro y a otro.”<sup>33</sup> Lo que Lasn llama “guerra de memes” es la batalla por el control de la información y se juega a través de los dispositivos de comunicación masiva. Textualmente dice: “Los memes potentes pueden cambiar mentes, alterar comportamientos, catalizar cambios mentales colectivos y transformar culturas. Por eso la guerra de memes se ha convertido en la batalla geopolítica de nuestra era de la información. Quien tiene los memes tiene el poder.”<sup>34</sup>

Los *memes* serían entonces unidades de información cultural que han quedado grabadas en el imaginario colectivo a fuerza de repetición en el tiempo y los espacios abarcados por los distintos dispositivos de comunicación de la cultura occidental. Actualmente usamos el término para referirnos a una imagen, un personaje, una tonada, una frase, etc., que por su carga social puede ser utilizada para transmitir cualquier tipo de mensajes. Aunque hoy ya no se pueda decir que la mayoría de los *memes* rescaten el espíritu subversivo del *culture jamming*, quizás hay algo que esta práctica y la importancia que tuvo a finales del siglo pasado nos puede decir sobre nuestro presente. Sobre todo, valdría la pena rescatar la forma en que a través de este tipo de manifestaciones virtuales se deja ver muchas veces el descontento de la población o de algún sector determinado de la sociedad.

En México hay que destacar, porque viene al caso, la forma en que gracias a los juegos de imágenes que se desarrollan en las redes es posible hacer visible un malestar cultural amplio. Para empezar, la irrupción del movimiento ciudadano conocido como #YoSoy132, hoy bien conocido por su fuerte impacto mediático, se detonó gracias a un video difundido por el sitio de *youtube*. Después de esto, casi cada movimiento político por parte del actual presidente de la República, que en su momento fue el candidato ante el cual protestaba el movimiento, es presa de ataque mediático en las redes sociales. Para mostrarlo, baste un ejemplo: cuando el 24 de febrero de 2014 el presidente de la República Mexicana, Enrique Peña Nieto, apareció en la portada de la revista *Time* tras la leyenda “*Saving Mexico*” (salvando a México), la respuesta ciudadana en las redes sociales fue prominente.

---

<sup>33</sup> Lasn, *Sabotaje cultural*, p. 141.

<sup>34</sup> *Ibidem*.



Valiéndose de distintos estereotipos vinculados con la cultura mexicana, la portada de la revista *Time* fue satirizada y compartida por una gran cantidad de usuarios de las redes sociales como *facebook* o *twitter*.



Portada de la revista *Time* del 24 de febrero de 2014, fotografía por Peter Hapak.



*Memes* que se pudieron encontrar en las redes sociales a propósito de la portada de la revista *Time* del 24 de febrero de 2014.

-Las manifestaciones multitudinarias en las calles, por su parte, han tenido su propia lógica. Evidentemente, éstas tienen su antecedente histórico en el movimiento obrero desde la segunda mitad del siglo XIX hasta nuestros días. Sin embargo, como ya se había dicho antes, este tipo de protestas cobró un giro particular a finales del siglo pasado, relacionado con los movimientos ya mencionados, el situacionismo, el hippismo, *Recuperar las calles* y los carnavales callejeros contra el capital, entre muchas otras cosas. Hoy en día, a partir del movimiento *Occupy*, se ha vuelto una práctica común la asistencia y continuidad de estas prácticas. Varios son los factores que han provocado un cambio en las manifestaciones de este siglo a partir de los carnavales contra el capital de finales del siglo pasado y principios de éste: a) el avance en las telecomunicaciones y los

dispositivos móviles; b) las manifestaciones corporales en las calles permitidas, a su vez, por el relativamente fácil acceso a la comunicación; y c) la combinación de una imaginería que se juega entre las redes de comunicación y la ocupación corporal.

a) En primer lugar habría que destacar el avance de las telecomunicaciones en red gracias al desarrollo de aparatos cada vez más sofisticados, accesibles y disponibles a la población en general. Desde el año 2003 se llegó a decir que estaba surgiendo un nuevo tipo de organización ciudadana a partir de los dispositivos de comunicación móviles<sup>35</sup>. El movimiento *Occupy* surgió mucho tiempo después, el 27 de septiembre de 2011 con la ocupación simbólica del parque Zuccotti ubicado en el Distrito financiero de Wall Street, Nueva York, Estados Unidos de América. La ocupación fue convocada por la revista *Adbusters* inicialmente, pero fue difundida por las redes sociales a una escala masiva gracias a una gran cantidad de colectivos de activistas.

b) Algo que caracterizó a este tipo de ocupación del espacio público a diferencia de los del siglo XX fue que esta vez los participantes de la ocupación permanecían todo el tiempo conectados al *Internet* a través de distintos dispositivos móviles y desde ahí mantenían una comunicación simultánea con gente de otros lugares que pudieran estar en sus casas e incluso en distintos Estados o lugares del mundo. El hecho de que los activistas pudieran estar todo el tiempo conectados permitió que éstos no se tuvieran que mover de lugar para adquirir visibilidad a diferentes escalas. Se realizó una combinación entre las manifestaciones de inconformes a través de las redes y la manifestación más corporal que es el simple empleo del cuerpo para bloquear el paso a los transeúntes, más emparentado con la lógica del plantón.

---

<sup>35</sup> Howard Rheingold, en 1993, llamó a esto “multitudes inteligentes” y defendía que, gracias a los nuevos medios de comunicación remota, estaba surgiendo un tipo de movilización colectiva de gran escala que se auto-organiza de forma espontánea sin importar si las personas partícipes se conocen o no entre sí. Para Rheingold, la organización de tal tipo de manifestaciones podría tener amplios efectos políticos, sociales y económicos (Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes, La próxima revolución social*, Gedisa, España, 2004).

c) La importancia de la combinación entre lo virtual y lo corporal es que a través de ésta se promueve una red de comunicaciones donde se ven involucrados ambos tipos de manifestaciones del descontento social. La combinación logra una visibilidad amplia y una retroalimentación mutua. Por un lado, las imágenes provenientes de la protesta callejera no tardan en diseminarse por las redes y, a la vez, por el otro lado, en gran medida las mismas redes sirven para la organización de protestas de forma más o menos espontánea. A través de las redes se convoca a que se reúnan los cuerpos y cualquier acontecimiento suscitado en la reunión es de nuevo subido a la red. Esto genera un círculo de imaginaria entre ambas esferas. Los cuerpos en la calles se vuelven imagen, alimento multimedia para las redes. A la vez, la asistencia a la manifestación responde ya a una lógica de llamamiento virtual donde lo que importa no es tanto un efecto en términos de administración o políticas públicas, sino un efecto al nivel de lo imaginario. Las calles se llenan de expresiones artísticas de todo tipo, rescatando aquella lógica del festival, pero también teniendo en cuenta que cada expresión forma parte de un proyecto más amplio de visibilidad que quiere adquirir el movimiento.

Para que toda esta dinámica mixta corporal-virtual se sostenga han sido necesarios una gran cantidad de esfuerzos desde diversos frentes. El *jammer* ahora podría ser entendido como un agente cultural que se vale de cualquier medio con tal de adquirir visibilidad. Poco a poco aquel mundo de los signos sobre el que se montan los *jammers* se ha convertido en un campo en disputa. Es claro que además de las luchas respecto a condiciones económicas y sociales se ha sumado una lucha concerniente a las políticas del imaginario; políticas que tienen que ver con las facultades de cada individuo respecto al libre uso de esa cultura que ha sido desarrollada por las tecnologías y cuyo mantenimiento depende de todos los usuarios.

-Los movimientos ciudadanos por el *software* de código abierto y acerca de derechos de autor han cobrado relevancia en el panorama actual. Al reclamar la facultad de hacer uso de elementos populares para evidenciar o denunciar lo que ellos traen consigo, los movimientos ciudadanos se vieron prontamente involucrados en los debates acerca del libre uso de los contenidos de todo tipo y

la posibilidad ya no sólo de subvertirlos como lo proponía el *culture jamming*, sino simplemente de utilizarlos y sacar provecho de ellos. Las disputas, en este sentido, giran en torno a la supuesta verdadera autoría de cualquier imagen, sonido, *slogan*, idea, etc.

Más aún, recientemente con la propagación de *Internet* a nivel global y el acercamiento que permite el desarrollo de las tecnologías hacia el público en general, se ha expandido este debate hacia las iniciativas de liberación de contenidos al público abierto, tales como las disputas que se han emprendido gracias a un gran movimiento de hacktivistas<sup>36</sup> y sus tentativas por abrir los códigos y desarrollar *software* libre. Los objetivos de estas prácticas pueden variar, desde el ajuste a necesidades específicas de un sector de la población, el uso de herramientas tecnológicas libremente y sin deuda a determinadas empresas como *Microsoft* o *Macintosh*, o simplemente un afán por fastidiar a estas u otras empresas o incluso cualquier entidad que se presente como un obstáculo para lo que se ha llamado la “cultura libre”<sup>37</sup>. Gracias a este tipo de iniciativas se han llegado a proponer nuevos tipos de derechos de autoría y formas de uso de los materiales, por ejemplo, bajo la etiqueta de *copy left* o más recientemente *Creative Commons*.

Haciendo una lectura desde la lógica del *culture jamming*, se podría decir que aquel movimiento que inició con la apropiación de elementos de la cultura comercial, ha calado más profundo, viéndose envuelto en una controversia sobre la procedencia y el conflicto de si existe un verdadero origen de las ideas o una propiedad intelectual atribuible a alguien. De esta manera, podría parecer

---

<sup>36</sup> El término “hacktivista” es una combinación entre el término “*hacker*” y “activista”. Se refiere básicamente al uso de aparatos computacionales con fines políticos. A su vez, el término “*hacker*” tiene diferentes acepciones. Puede ser usado para referirse a simples aficionados interesados en desarrollar sus propias herramientas computacionales, hasta organizaciones activistas, e incluso criminales, que utilizan los recursos digitales para fines concretos que pueden ir, a su vez, desde la defensa de derechos hasta el sabotaje y ruina de corporaciones, instituciones u organizaciones.

<sup>37</sup> En el libro *Cultura libre*, Lawrence Lessig, en realidad define a ésta como aquella que defiende, apoya y protege a los creadores e innovadores del control de los poderosos o de los creadores del pasado. Para hacerlo, propone conceder derechos de propiedad intelectual, pero limitando el alcance de estos derechos (Lessig, Lawrence, *Cultura libre: cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*, LOM Ediciones, Chile, 2005). Para Lessig es muy claro que la libertad de la cultura que él defiende no va en el sentido de una gratuidad ni una abolición de la propiedad. Sin embargo, la etiqueta, al pasar al dominio público, es susceptible de ser usada con fines que van más allá de lo propuesto por Lessig.

que, en gran medida, lo que se estuvo buscando desde aquellas primeras manifestaciones de los años 80 era un papel participativo en la construcción de la cultura contemporánea. Así, el *culture jamming* terminó por unirse a otro tipo de iniciativas que se venían desarrollando a la par, algunas veces desde mucho antes, como el movimiento obrero, pero otras veces más recientemente como el movimiento *hacker*. Visto así, podría pensarse que este tipo de manifestaciones ya no buscan tanto subvertir el sistema. No buscan destrozarlo, minarlo o escapar de él, sino más bien reformarlo, participar de su construcción.

Desde cierta interpretación, se podría decir que este giro más reciente constituye una alternativa sutil. Estamos ante el surgimiento de prácticas que, emergiendo desde el mismo interior del sistema y reintroduciéndose de diferente manera en él, pretenden simplemente cambiarlo de dirección. De manera optimista, se puede interpretar esto como una forma de fomento a la innovación y la creatividad que a fuerza de prueba y error tiende a llevar al progreso tecnológico hacia dinámicas más justas y equitativas. Visto así, como lo diría Harold, no se trata ya de evitar ser asimilado, sino de ser asimilado de forma productiva<sup>38</sup>. Y, sin embargo, hay un problema con esta interpretación. Y es que justamente las protestas actuales, donde ya se ven involucradas todas las manifestaciones mencionadas antes, se han caracterizado también por la falta de demandas específicas. De hecho, ése es uno de los reproches más comunes hacia los movimientos ciudadanos más recientes que envuelven todas estas lógicas, tales como: *Occupy*, el *YoSoy132*, los indignados en España, entre otros.

---

<sup>38</sup> Christine Harold, en *OurSpace*, distingue tres tipos de *culture jamming*: a) el sabotaje, identificado con el tipo de intervenciones que hace *Adbusters*, dirigido contra la sociedad del espectáculo tratando de desenmascarar y contrarrestar su influencia; b) la apropiación, identificado con la broma y el pirateo, sin objetivo específico más que desestabilizar los símbolos, sin un mensaje ni moraleja definida; y c) la intensificación o argumentación, donde se encuentran las iniciativas de la “cultura libre” y el movimiento *hacker*. De acuerdo con Harold, éste último tipo de *culture jamming* representa su manifestación más reciente y no se ocupa de sólo sabotear el sistema, sino de retarlo bajo sus propios términos. Sirve como provocación al comercialismo y al desarrollo tecnológico, incluso se puede decir que se toma más en serio la noción de mercado libre. Aunque la distinción de Harold es sugerente, sigue enmarcándose en una lógica de “estar en contra o a favor del sistema”. En este texto optamos por una noción del *jamming* más general, que incluya en una misma perspectiva los tres tipos que ella menciona, precisamente a fin de llevar la cuestión a otras discusiones que se precisarán en los siguientes capítulos.

Habría que analizar detenidamente el momento actual y los tipos particulares de resistencia que continúa aún emergiendo en estas prácticas si lo que se quiere es entender qué es lo que están reclamando éstas y a quién. Quizá lo que están reclamando en muchos casos no tiene que ver con demandas específicas que se puedan resolver desde instituciones gubernamentales ni a través de medidas económicas, sino que compete a otro tipo de posibilidad. La participación que se busca es una que tiene que ver más con la participación activa en la construcción de ese mundo de signos que con otra cosa. Se trata de una construcción simbólica de lo político y de la participación abierta en dicha construcción. Tal es lo que se podría rescatar del recorrido hecho hasta aquí, como una lectura particular que nos puede permitir ver algunas cosas que desde otra lectura sería imposible quizá. Aquí es donde vale la pena hablar del *culture jamming* y comenzar a desmenuzar sus operaciones. El movimiento del que se ha dado cuenta hasta aquí es uno que ya no puede ser medido solamente bajo los parámetros de una lógica capitalista, sino que tiene que ver con una lógica de la imagen, de los signos, de la simulación. Al moverse en este sentido, este recorrido revela otro marco de operaciones que es necesario analizar si lo que se quiere es situarnos en medio de este tránsito entre la lógica de producción de mercancías y la lógica de producción de significados presente en nuestra época.

## 1.5 Apuesta

Tal parece que el *culture jamming* puede tomarse como un movimiento representativo de uno de los recursos que la resistencia pudo ofrecer una vez que se eliminó simbólicamente toda oposición, como sistema, al capitalismo con la caída del muro de Berlín. Tal recurso, como ya se dijo, consistió, primero, en utilizar los mismos lenguajes de la cultura comercial para desviarlos en su contra y, más tarde, en insertarse como un virus dentro de ella. Harold<sup>39</sup> sigue muy bien a Gilles Deleuze, cuando éste dice que el riesgo en las sociedades de control como la nuestra, más que el

---

<sup>39</sup> Harold, *Our Space*, circa. p. XVIII.

sabotaje y la entropía, son la inoculación de virus, la piratería y la interferencia<sup>40</sup>. De acuerdo con Harold, el *culture jamming* representa la resistencia en las sociedades de control, particularmente por su forma de actuar sobre los contenidos de los mensajes de los medios de comunicación. Si, siguiendo a Deleuze, en las sociedades de control el poder se ejerce de forma continua e ilimitada con el *marketing* y el control sobre los medios de comunicación como instrumento principal, entonces la resistencia a dicho control es aquella que se dirige directamente contra la corporaciones y en general la lógica de la cultura comercial ya no desde una postura partidista o populista, sino infiltrándose en sus propios mecanismos para ejercer su labor desde dentro, dice Harold.

Se puede decir entonces que el *culture jamming* es un movimiento que reta el sistema capitalista, pero que a la vez se mueve dentro de él. Para entender cómo es que se pudo dar este giro, primero es necesario definir el capital junto con Marx, como aquella lógica en la que el producto se pone por encima del producir. De acuerdo con Marx, para la emancipación es necesario romper con la fetichización de la mercancía y recuperar el “trabajo vivo”<sup>41</sup>. Después, en el siglo XX se llegó a decir que tal cosa se había hecho imposible una vez que la fetichización de la mercancía se convirtió en espectáculo<sup>42</sup>. Como tal, los espectadores no solamente quedaban fascinados con la mercancía, sino que ahora la anhelaban como simple imagen y ya no sólo como producto de un

---

<sup>40</sup> En el breve texto, *Post-Scriptum Sobre las sociedades de control*, Gilles Deleuze hace un comentario a lo que Michel Foucault llamó sociedad disciplinaria argumentando que desde el momento en que escribe Deleuze, 1990, la sociedad descrita por Foucault está en decadencia y hay una emergencia de una nueva forma de ejercicio del poder. Mientras que en las sociedades disciplinarias el poder se ejercía sobre el cuerpo a través de la regulación de los espacios y del tiempo en grandes centros de encierro como la escuela, la cárcel, el cuartel, la fábrica o el hospital; en las sociedades de control que Deleuze ve nacer, el poder se ejerce fluidamente en espacios abiertos mediante psico-fármacos, consumo televisivo, *marketing*, endeudamiento, etc. De este modo, si la resistencia en las sociedades disciplinarias eran el sabotaje y la entropía, en las sociedades de control lo son la inoculación de virus y la piratería (Deleuze, Gilles, *Post-Scriptum Sur les sociétés de contrôle*, 1990, traducido en: Revista Polis, no. 13: <https://polis.revues.org/5509>).

<sup>41</sup> Para Marx, las mercancías no son más que cristalizaciones del trabajo humano. En el paso de una cosa a la otra se da la posibilidad del capital como acumulación sin límite (Marx, Karl, *El capital: Crítica a la economía política*, RBA, España, 2003, *circa.* caps. 1-5). Aunque pudiera haber muchas formas del capitalismo, lo que aquí se toma como “lógica del capital” es ésta que fue descrita por Marx extensamente.

<sup>42</sup> En la tesis 34 de *La sociedad del espectáculo*, Debord declaraba que “El espectáculo es el *capital* en un grado tal de acumulación que se ha convertido en imagen”. Con esto el hombre queda totalmente distanciado de la producción y el mundo de la mercancía domina toda vivencia posible.

hacer. Este proceso fue sucediendo poco a poco, denunciando, por ejemplo, como mitologías<sup>43</sup> aquellos engaños de la sociedad burguesa al principio. Al final del siglo XX quedó anunciada la era de la simulación<sup>44</sup>, o la sociedad de control<sup>45</sup>, como advertencias de que posiblemente ya no habría alternativas a lo que para ese momento ya se hacía llamar la sociedad de consumo. En ella se veía involucrada no sólo la lógica del capital descrita por Marx, sino todo un estilo de vida y una cosmovisión donde, por ponerlo en términos de Baudrillard, lo que Marx llamaba el valor de uso había desaparecido completamente. Se trata del crimen perfecto<sup>46</sup>. Lo que desapareció fue la realidad misma.

El *culture jamming*, como uno de esos movimientos que siguen retando a la lógica de la totalidad, se abocó ya no a la destrucción de la mercancía como fantasma ideológico para que con ello los productos del obrero pasaran a ser directamente de él. Más bien se concentró en apoderarse de lo que ya en el siglo XX fue señalado como uno de los elementos determinantes del encierro al que se había llegado: la imagen. Justamente la imagen fue el objeto de denuncia que daba entrada a la sociedad del espectáculo. Así, sin tratar de salir de las lógicas de la imagen como espectáculo, el *culture jamming* se planteaba como un movimiento de resistencia a la sociedad del consumo. Lo que reclama es la posibilidad de apropiarse del imaginario. Ya veremos más adelante qué es lo que significa eso.

---

<sup>43</sup> Roland Barthes define un mito como el sentido hecho forma, como un robo del lenguaje. La burguesía alcanza a través del mito un anonimato. Alcanza así un estatuto de naturaleza y se vuelve incuestionable (Barthes, Roland, *Mitologías*, Siglo XXI Editores, México, 2002, *circa*. p. 232).

<sup>44</sup> En *Cultura y simulacro*, Jean Baudrillard, declaraba que la abstracción del mundo llegó a tal grado que el modelo ha reemplazado a la realidad y a partir de entonces se construye una hiperrealidad basada en tal modelo. A esto, Baudrillard lo llama precesión de los simulacros. Baudrillard sigue a Debord en su interpretación sobre la imagen y describe tres fases sucesivas de ésta:

“– reflejo de una realidad profunda

–enmascara y desnaturaliza una realidad profunda

–enmascara la ausencia de realidad profunda

–no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro”

(Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Kairós, España, 1978, p. 14).

<sup>45</sup> Deleuze. *Post-Scriptum Sur les sociétés de contrôle*.

<sup>46</sup> Ver: Baudrillard, Jean, *El crimen perfecto*, Anagrama, España, 2000.



Por lo pronto, vale la pena remarcar tan solo que la táctica del *culture jamming* fue aceptar la imagen con toda su fuerza afectiva, lo cual significaba aceptar el espectáculo, la simulación; y, sin embargo, aún con esa asunción, resistir a la lógica capitalista. Hay, por lo tanto, varios niveles en los que se mueve el *culture jamming*. Hasta aquí, es claro que no deja de ser un movimiento al interior del sistema, pero eso no quiere decir que forzosamente sea un movimiento de resistencia todavía, ni tampoco queda claro en qué sentido lo sería. Más aún, si no es un movimiento de resistencia, entonces habría que preguntar qué tipo de movimiento sería. Lo que sí podemos decir es que hay un movimiento ahí.

Si lo que queremos es entender el mundo en el que estamos, es necesario seguir los movimientos que lo definen. Si no queremos entender el mundo en el que estamos, entonces probablemente queramos vivirlo. Dar cuenta de los movimientos que hay en él nos puede ayudar, ya sea para escoger a cual de ellos sumarse o para simplemente observarlos –pero aún con eso estaremos escogiendo alguno. No hay salida, tenemos que hacer apuestas. Puede que fallemos, eso es obvio. Pero lo importante no es si se falla o no, sino la posibilidad de seguir apostando. Cuando ya no haya esta posibilidad, entonces simplemente tampoco habrá mundo.

La apuesta del *culture jamming* está lanzada. Éste puede verse como un objeto de estudio o como una forma de operar. Puede verse como un movimiento aislado o como uno que, como se siguió aquí, está vinculado con muchos otros movimientos que en su conjunción pueden revelar mucho del campo donde se mueven. Lo que se juega en verlo de una u otra forma es la definición quizá no tanto del propio movimiento como del fondo que lo ha hecho emerger y moverse de esa manera. Pueden hacerse otras asociaciones y se encontrarán otras cosas. Pero lo que aquí da fuerza y sentido al rescate del *culture jamming* es que se presenta, al menos de principio, como un movimiento de resistencia; como uno que puede llegar a trastocar la definición de la cultura; como uno que reta al sistema capitalista o, más exactamente, de consumo. Aún falta por ver si es verdad que tiene algo que decir al respecto o quizá nunca lo tuvo. Habría que examinar lo que hoy queremos decir con resistencia, esperando que esta palabra diga aún algo. Esto se hará en el siguiente capítulo.

## 2. El *culture jamming* y la resistencia

### 2.1 Asimilación

Como práctica de resistencia, el *culture jamming* sobresalió en algún momento por su modo particular de operar, colocándose al parejo del lenguaje mismo por el cual el sistema de consumo se expandía sin medida: el de la publicidad. Frente a esto, lo que proponía el *jamming* era apropiarse de sus elementos y ejercer una fuerza de desviación desde dentro. Así, sus operaciones eran la distorsión, interrupción, intervención, perversión, tergiversación, etc. Sin embargo, la controversia inicia si se quiere trazar una línea de demarcación entre esta supuesta resistencia y aquello a lo que se le resiste cuando ambos juegan y utilizan el mismo lenguaje; es decir, si ambos finalmente terminan reforzando el sistema de alguna manera. Se trata de una delimitación delicada que no se vuelve obvia y que reta a cualquier postura teórica al respecto que quiera aún, a su vez, resistir a la mera resignación, misma que significaría creer que no hay salida al actual sistema vivido ya como un ecosistema perverso de control y dominación.

En el año 2000, Kalle Lasn publicó un libro titulado *Culture Jam*. Este libro se compone como un ‘manual de uso’ para ciudadanos que tengan la inquietud de protestar o incluso contrarrestar cierto tipo de dinámicas del sistema. Ejemplos de lo que Lasn propone en dicho manual serían demandar a las empresas, acosarlas vía teléfono o *e-mail* y, por supuesto, participar en la ya mencionada “guerra de los memes”, tratando de contrarrestar las lógicas del *marketing* a través del libre uso de los medios y las imágenes<sup>47</sup>. De acuerdo con Mark Dery<sup>48</sup>, Lasn se apropió del término desde que a principios de los 90 Dery publicó varios artículos relacionados con el tema en la revista *Adbusters*, misma de la que Lasn es co-fundador. Esta revista tuvo amplia importancia durante la última década del siglo XX e hizo del término *culture jamming* una etiqueta con la cual se autoidentificó.

---

<sup>47</sup> Lasn, *Sabotaje cultural*, circa. Caps. 3 y 4.

<sup>48</sup> Dery, *Culture Jamming*, en: [http://markdery.com/?page\\_id=154](http://markdery.com/?page_id=154)

La revista *Adbusters*, ya sea en su formato físico o digital, ha sido usada como plataforma para lanzar iniciativas contraculturales masivas como el *Buy Nothing Day*<sup>49</sup>, la *TV-Turnoff Week*<sup>50</sup> o incluso, como ya se mencionó, fue iniciadora de la operación *Occupy*. Del mismo modo, ha intentado lanzar productos que reten las lógicas del sistema del consumo tratando de fomentar un comercio justo. Sin embargo, el hecho de que la revista se haya atribuido la etiqueta de “órgano oficial del *culture jamming*” resulta sospechoso. Sobre todo si se considera que tal revista se ha vuelto un producto más dentro de la cultura comercial e incluso se ha vuelto una marca de productos. Por ello, se le ha criticado y acusado directamente de haber convertido el *culture jamming* en una estrategia más de ventas a partir de la cual, quienes quieran formar parte, ya no tienen que correr ningún riesgo al rebelarse contra el sistema, sino que simplemente tienen que adquirir su *kit* subversivo directamente en la página de *Adbusters*. Uno de los ejemplos más claros de lo anterior, sería la línea de zapatos *Blackspot*, los cuales, a decir de sus productores, cumplen con una serie de requisitos auto-impuestos para poder considerarse anti-corporativos. Desde las formas de producción y los materiales que usan, hasta la forma de distribución y anuncios, se podría decir que estos zapatos retan ciertas lógicas corporativas. Y, sin embargo, caen en la paradoja de que se presentan como un producto más al mercado. Incluso, estas ideas han sido retomadas por grandes corporaciones como argumentos para ofrecer productos denominados sustentables.

---

<sup>49</sup> Cada año, el último viernes del mes de noviembre, en Estados Unidos y Canadá, un día después del día de acción de gracias celebrado en estos países, se llevan a cabo protestas y diferentes tipos de manifestaciones en plazas comerciales en oposición al estilo de vida del consumo. El *Buy Nothing Day*, como se le conoce a este evento, fue fundado por el artista, activista y actor canadiense Ted Dave en 1992, pero no fue sino en el año 2001, cuando *Adbusters* acogió la iniciativa, que adquirió renombre y comenzó a difundirse en todo Estados Unidos y Canadá a través de diferentes tipos de medios, incluyendo anuncios televisivos promoviendo este día de no-compra.

<sup>50</sup> En el mes de mayo de cada año, principalmente en Estados Unidos y Canadá, se lleva a cabo una campaña promovida por diversas organizaciones en pro del no uso de la televisión y de diferentes medios que comprendan el uso de una pantalla. Lo que inicialmente fue la *TV-Turnoff Week*, desde el año 1994, ahora se ha convertido en *Screen-Free Week* y *Digital Detox Week*, ampliando así la iniciativa hacia el desuso de las computadoras y demás aparatos digitales por una semana. Durante estas semanas, algunos grupos de activistas han usado pequeños controles remotos, conocidos como *TV-B-Gone*, que pueden actuar sobre cualquier tipo de televisor en un rango de 14 metros, para apagar aparatos televisivos prendidos en lugares públicos.



Anuncio de *Adbusters* para promover sus zapatos deportivos de marca propia.

Desde cierto punto de vista, el *culture jamming* ha quedado totalmente asimilado, incluso se podría decir que nunca representó ninguna amenaza contra el sistema capitalista. Más bien, incluso, representa los ideales más característicos de la misma: el deseo de diferenciación y reconocimiento. Así, el *culture jamming* podría verse como una expresión más de un mito que ha venido contándose desde la segunda mitad del siglo pasado llamado contracultura. En 1969, Theodore Roszak, un crítico cultural norteamericano, definió a la contracultura como: “Ese saludable instinto que rechaza, tanto a nivel personal como político, la violación sin entrañas de nuestra sensibilidad humana”<sup>51</sup>. De acuerdo con sus planteamientos, en ese momento estaba surgiendo una nueva generación de jóvenes que retaba totalmente los fundamentos tecnocráticos de la generación

<sup>51</sup> Roszak, Theodore, *El nacimiento de una contracultura*, Kairós, España, 1978, p. 62.

anterior. Sin embargo, bajo la lectura que realizó Thomas Frank en 1997, la tan llamada contracultura de los años 60, fue prontamente asimilada desde sus inicios y utilizada como parte de estrategias mercantiles necesarias en su momento para reactivar el consumo<sup>52</sup>. Así, el afán de rebelarse ante el sistema y de diferenciarse de la masa conformista que consume artículos estandarizados pronto se convirtió en un motor para el consumo.

Joseph Heath y Andrew Potter han aplicado la tesis de Frank para dismantelar al *culture jamming* como un modo de resistencia o rebeldía<sup>53</sup>. Efectivamente, no son pocas las ocasiones en que el mercado se ha servido de la imagen del rebelde para promover la venta. Para ponerlo en un ejemplo muy claro y reciente que ilustra muy bien este tipo de asimilación, podemos remitirnos a la presentación de la colección *primavera-verano 2015* de *Chanel*. En ésta, para cerrar la pasarela, las modelos salieron a desfilas todas juntas simulando una protesta en una puesta en escena que incluía la reproducción de algunas calles de París, la modelo Cara Delevingne gritando consignas con un altavoz, pancartas tipo protesta con *slogans* como “*Make fashion, not war*” (“Haz moda, no guerra”), “*Be your own stylist*” (“sé tu propio estilista”), “*Votez pour vous!*” (“Vota por ti”), etc. Lo que queda claro en este ejemplo es que la industria de la moda, aquella que es por excelencia pasajera y elitista, ha tenido ya la capacidad de introducir en su discurso la imagen no sólo de la rebeldía contracultural, sino de cualquier tipo de protesta anti-sistema, captando una imagen que podría remitirnos tanto a las manifestaciones multitudinarias más recientes a nivel mundial, como a aquellas típicas de los 60, época donde se sitúa el surgimiento de la contracultura, e incluso a los movimientos obreros mucho más antiguos.

---

<sup>52</sup> Frank, Thomas, *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, University of Chicago Press, Estados Unidos de América, 1997.

<sup>53</sup> La realizada por Joseph Heath y Andrew Potter es la crítica más conocida dirigida contra el *culture jamming*. En su libro *Rebelarse vende*, o *The rebel sell* (Heath, Joseph y Potter, Andrew, *Rebelarse vende, El negocio de la contracultura*, Taurus, España, 2005), utilizaron la etiqueta que da nombre al movimiento para poner como subtítulo: *Why the culture can't be jammed*. Lo importante de este subtítulo es que ellos mismos están jugando con los mecanismos de *culture jamming*, poniendo en claro la forma en que éstos son fácilmente reappropriables.



Cierre de desfile de moda de la marca Coco Chanel, presentando la colección Primavera-verano 2015, fotografía por Dominique Charriau-Wirelimage. <http://time.com/3449319/chanel-feminist-protest/>

Pero, si hay algo que caracteriza al *culture jamming*, es el giro que éste aporta en su vocación especial hacia la imagen. El *jamming*, como se dijo en el apartado anterior, ya no se trata de retar al sistema forzosamente bajo una lógica antagónica, sino de infiltración. La imagen es su herramienta y su especificidad es apropiarse de ella. Por lo tanto, lo que aún cabe preguntarse no es tanto si en su afán de diferenciación general de la masa ejerce una resistencia contrapuesta a las lógicas del consumo, sino más bien de qué tipo de resistencia estamos hablando cuando esta práctica asume el mismo lenguaje que su enemigo. En todo caso, ¿podemos aún hablar de resistencia? Es decir, centrándonos en la lógica de la imagen, y no ya solamente en la tesis general de la relación entre contracultura y negocio, aún habría que analizar de qué tipo de movimiento se trata, de qué forma está retando al sistema, si es que lo está haciendo; y qué propone, si es que propone algo.

## 2.2 Infiltración

Si se dice que el *culture jamming* actúa desde dentro del sistema reapropiando, resignificando y recomponiendo los signos de la cultura comercial, es porque éste siempre entra en un juego de referencias de las cuales se cuelga y se vale para ejercer su fuerza. Sin embargo, no resulta fácil entender ni explicar exactamente en qué se basa el hecho de que las referencias a las que se hace alusión permanezcan aún reconocibles en el *culture jamming* ni tampoco hasta dónde podemos dejar de hablar de *jamming* cuando prácticamente cualquier práctica social se inscribe en un marco de referencia que podríamos calificar de *imaginario*<sup>54</sup>. Bajo la lógica de los *memes* descrita en el capítulo anterior, pareciera que existe una nueva gramática visual, un lenguaje cultural muy específico construido e instituido en y por la cultura comercial desde hace un poco más de un siglo gracias al desarrollo de diferentes tipos de tecnologías. Pero entonces el primer gran problema del *culture jamming* como práctica de resistencia sería que no queda claro cuándo se trata de una subversión de la intención original o cuando se trata de una manifestación más de la composición permanente de una cultura del consumo basada en la imagen. Entonces, visto así, se podría decir que incluso, al contrario, puede servir como una remembranza que en lugar de subvertir el mensaje lo refuerza.

Derivado de lo anterior, se desprende un segundo problema aún más letal para el *culture jamming*. Y es que las tácticas de esta práctica muy fácilmente pueden ser reapropiadas por las técnicas publicitarias usándolas a su favor. Es decir, al sumarse al vector de la imagen como modo de construcción social, lo que hace el *culture jamming* es caer en el juego del espectáculo y volverse una herramienta más del mismo. Anne Elizabeth Moore<sup>55</sup> ha dado cuenta de cómo muchas de las prácticas del *culture jamming*, y de movimientos contraculturales de baja escala contemporáneos a

---

<sup>54</sup> Se usa la palabra *imaginario* aquí en el sentido en que lo hacía Cornelius Castoriadis cuando decía que toda sociedad posee un magma de significaciones imaginarias a partir del cual se crean todas las manifestaciones particulares pertenecientes a dicha sociedad. El imaginario en Castoriadis es la creación incesante e indeterminada psíquica, social e histórica de formas, figuras e imágenes a partir de las cuales puede haber una realidad (Castoriadis, Cornelius, *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, España, 1983, *circa*. Prefacio).

<sup>55</sup> Moore, Elizabeth, *Unmarketable: Brandalism, copyfighting, mocketing, and the erosion of integrity*, The New Press, Estados Unidos de América, 2007, *circa*. Cap. 1.

éste, han sido co-optadas por los mercadólogos, no sólo con el fin de renovar su imagen, sino principalmente en la búsqueda de nuevos nichos. Algunas de las prácticas que podríamos mencionar son: *brandalism*, vandalismo que es parte de una campaña publicitaria; *graffadi*, anuncios en *graffiti*; *copyfighting*, activismo en favor de los derechos de autor; *mocketing*, colocación mercadológica de productos basados en parodias del mundo del entretenimiento;<sup>56</sup> y, muy recientemente, por supuesto, el uso de *memes* como anuncios comerciales<sup>57</sup>, o como meras formas de entretenimiento enajenante y superficial. Prácticas de este tipo abarcan desde la colocación de *stickers* callejeros, listas de *e-mails* o envío físico de material publicitario dirigido personalmente, hasta agentes de marcas comerciales infiltrados en los grupos marginales para promover productos boca a boca y lo que ya Naomi Klein identificaba como “cazadores de lo *cool*”<sup>58</sup>. Si se toma en cuenta que muchas de estas prácticas de co-optación ya no sólo reintroducen el afán de rebeldía, sino que aprovechan el uso y apropiación de la imagen para reinvertir el giro que pretendía hacer el *culture jamming* hacia el sistema, entonces quizá tendría sentido pensar que la apuesta por la imagen representa más bien una caída dentro y no una resistencia contra el sistema.

En resumen: es evidente que el *culture jamming* presenta una serie de contradicciones internas. En primer lugar, al utilizar los mismos lenguajes de sus enemigos podría ser tachado de no ser siquiera capaz de generar sus propios contenidos. Visto así, con esto no solamente muestra su ineptitud, su falta de creatividad, sino que mantiene vivas las imágenes de su oponente en el imaginario cultural, de hecho, las refuerza, las evoca y depende de ellas. Y, para terminar de matar la creencia en la posible efectividad de la práctica como resistencia: en cualquier momento puede ser reapropiada por su supuesto enemigo de tal forma que se utilicen las mismas tácticas para fines de consumo.

---

<sup>56</sup> *Ibidem*.

<sup>57</sup> Sánchez, Amineth, *Hacer memes también es un empleo*, 29/04/2014. En: [http://www.milenio.com/negocios/memes-herramienta-publicidad\\_0\\_289771152.html](http://www.milenio.com/negocios/memes-herramienta-publicidad_0_289771152.html)

<sup>58</sup> Los cazadores de lo *cool* se encargan de buscar sectores sociales donde se originan los nuevos estilos que van a ser explotados por campañas publicitarias subsiguientes. De acuerdo con lo que narra Naomi Klein, son parte de una estrategia empresarial que surgió en los años 90 en Estados Unidos, cuando el estilo joven alcanzó su auge más alto (Klein, *No logo, circa*. Cap. 3).



Lo más importante de las críticas contra el *culture jamming*, no es ni siquiera que éste pierda credibilidad como práctica de resistencia, sino que a través de su ejemplo se muestra el problema que conlleva cualquier práctica que pretenda colocarse en oposición al sistema capitalista. Se trata de la asimilación tardía o temprana de todo tipo de brotes de resistencia. Esto nos podría llevar a pensar que, más que intentar luchar contra este sistema vivido ya como ineludible, habría que servir a él para que, al contrario de minarlo, se vuelva más invulnerable justamente ante todo tipo de manifestaciones antagónicas. En el mejor de los casos, se diría, lo que se puede pensar, para rescatar las iniciativas de resistencia, es que finalmente éstas pueden terminar sirviendo al sistema para mejorarse y perfeccionarse<sup>59</sup>. Pero lo que habría que aceptar es que, bajo esta perspectiva, más que hablar de resistencia en ese sentido antagónico, se tendría que buscar otro tipo de términos que nos ayuden a entender este tipo de dinámicas donde efectivamente ya no se trata de una oposición bipolar, sino quizá de una subsunción definitiva de todo tipo de manifestaciones a una corriente principal que, en todo caso, sólo puede ser adaptada.

Ya Adorno y Horkheimer, utilizando la famosa etiqueta de “industria cultural”, habían proclamado la subsunción de todo tipo de manifestaciones del espíritu bajo la lógica del capital<sup>60</sup>. Una y otra vez se ha hecho este reclamo-llanto en la historia del último siglo. La pregunta ahora sería qué tipo de movimientos se pueden esperar al interior del sistema, cómo definir la supuesta corriente principal si todo termina sirviendo a ella. Ya no habría distinción entre lo que le pertenece y no, entre lo antagónico, lo derivado, lo diverso y lo igual. No habría distinción de nada con nada.

Como lo interpretaría Francis Fukuyama, las luchas al interior del sistema no serían otra cosa que combates por un reacomodo o adaptación del mismo sistema. Así, las diferentes formas de luchas

---

<sup>59</sup> Tal es lo que proponen Heath y Potter. De acuerdo con estos autores, más vale entender desde el principio que cualquiera que se intente separar de los patrones de la cultura comercial estará siguiendo su juego, pues ésta se basa precisamente en la posibilidad de la distinción como su fuerza más potente. Por lo tanto, concluyen que más que tratar de esforzarse por destruir, minar o sabotear el sistema comercial, lo que habría que hacer sería regularlo, lanzarse en la búsqueda de leyes que ayuden a perfeccionar el mercado principalmente reforzando el Estado y reduciendo la libertad individual (Heath, Joseph y Potter, Andrew, *Rebelarse vende, El negocio de la contracultura*, Taurus, España, 2005, *circa*. P. 378).

<sup>60</sup> Adorno, Theodor y Horkheimer, Max, “La industria cultural”. En: Adorno y Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración, fragmentos filosóficos*, Akal, España, 2007, p. 133-181.

sociales son simplemente reclamos para ser reconocidos dentro del sistema. En todo caso, habría dos clases de luchas, una por llegar a establecer la democracia liberal, en los casos en que ni siquiera se ha llegado a ella, y otra por perfeccionarla. Además, para Fukuyama, si el sistema democrata liberal llegara a su perfección y satisfacción de todas las necesidades, éste ya incluye en su seno todo tipo de combates y competencias por sobresalir dentro de él<sup>61</sup>. Las tesis de Fukuyama están basadas en una lectura sesgada de Hegel, para quien el fin último del mundo se alcanza con la libertad de cada uno<sup>62</sup>. Fukuyama se agarra de ahí para decir que ese fin ha llegado.

Hasta aquí hagamos un corte y, sin contradecir forzosamente lo anterior, dejemos escudriñar otra tesis de calado: qué tal si la tesis marxista de que “las fuerzas productivas que se desarrollan en el seno de la sociedad burguesa crean, al mismo tiempo, las condiciones para resolver este antagonismo”<sup>63</sup> está cumpliéndose, pero no de la forma en que Marx lo habría predicho, sino de una forma perversa que involucra a la imagen. Probablemente si exploramos esta posibilidad el acercamiento al *culture jamming* se vuelva más interesante.

Recordemos que la famosa obra de Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, se basa en gran medida sobre la premisa marxista de que la superestructura (cultura) avanza más lentamente que la infraestructura (industria). De tal manera que Benjamin se centra en el análisis de la cultura, es decir, ya no de la industria en términos económicos, sino culturales, con el fin de dar cuenta de ese cambio que, de acuerdo con él mismo, lógicamente ya se tendría que estar dando, tomando en cuenta la diferencia de tiempo con Marx. Para Benjamin entonces, Marx no se equivocó cuando dijo que la agudización del capitalismo llevaría a su propia abolición. Tan no se equivocó que eso está manifiesto en la cultura y Benjamin se encargará de demostrar eso<sup>64</sup>. Así, de acuerdo con la tesis de Benjamin, las tecnologías de la reproductibilidad ya han roto las relaciones auráticas de facto, por lo tanto, lo único que falta es que

---

<sup>61</sup> Fukuyama, *El fin de la historia y el último hombre*.

<sup>62</sup> Hegel, Friedrich, *Fenomenología del espíritu*, FCE, México, 1966.

<sup>63</sup> Marx, Karl, *Introducción general a la crítica económica política*, Siglo XXI, México, 2006, p. 67.

<sup>64</sup> Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Itaca, México, 2003, *circa*. Prólogo.

se funden nuevos conceptos que permitan romper este tipo de relaciones en la superestructura. El giro hacia la imagen sería entonces aquel que permite seguir llevando a cabo la tarea de la antes llamada *lucha de clases*, pero en otro nivel, al nivel del *valor de signo*, como lo llamaría Baudrillard<sup>65</sup>. Estaríamos hablando entonces de una infiltración no tan fácilmente perceptible de la lógica de la imagen en medio de la del capital. Si seguimos esta posibilidad, se trataría de una lucha de clases que busca apropiarse de los signos y de las imágenes, y ya no de los productos; una que se ha dado cuenta de que la principal elaboración humana son los signos, los fetiches, y, por lo tanto, lucha contra el dominio sobre ellos. Al final, bajo esta lectura, quizá sí hablemos de un cierto tipo de resistencia, pero ¿cómo actúa?, ¿cuáles son sus límites?, ¿a qué resiste?

### 2.3 Resistencias

En primer lugar, habría que ver que la resistencia puede ser entendida desde diferentes lugares. Simple y llanamente, resistir quiere decir mantenerse firme frente a algo. Pero la ambigüedad está en que esta acción puede ser entendida desde al menos dos lados: 1) Por un lado, frente al sistema de consumo que intenta acapararlo todo, las expresiones o movimientos que se salen de esta lógica resisten. Pero, 2) por otro lado, la dinámica del consumo también resiste ante cualquier cantidad de manifestaciones que rompen con su lógica. Haciendo una lectura en abstracto de este problema, se podrían advertir dos fuerzas en pugna siempre: una activa y otra reactiva<sup>66</sup>. A primera vista, pareciera que las fuerzas de resistencia son siempre reactivas. Dependen de una fuerza ya dada y desde ahí reaccionan en sentido inverso en lugar de simplemente adaptarse a la corriente. Pero, por otro lado, puede ser también que las fuerzas de resistencia sean precisamente aquellas fuerzas activas ante las cuales otra fuerza reacciona. Es decir, las etiquetas de activo y reactivo parecieran depender siempre una de la otra y, a visión de ambas, se puede ver a la otra como algo activo ante lo cual hay que reaccionar, detenerlo; o como algo reactivo que está impidiendo la emergencia de una fuerza incontenible.

---

<sup>65</sup> Baudrillard, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, Siglo XXI, México, 1997, *circa*. p. 138.

<sup>66</sup> Se retoma aquí un vocabulario nietzscheano, más desarrollado y analizado por Deleuze en *Nietzsche y la filosofía* (Deleuze, Gilles, *Nietzsche y la filosofía*, Anagrama, España, 2012).

Puede verse esto como una estructura paradójica sin salida; una especie de estructura de doble hélice infinita donde ambas son necesarias e inevitables. Sin embargo, hay que advertir que esta constante lucha no tiene por qué ser eterna. Es verdad que hay peligro de los dos lados y a cada peligro corresponde una consecuencia: la de ser subsumido y la de ser desmantelado por completo respectivamente. Pero el lugar de lo activo y lo reactivo no es algo simplemente intercambiable de acuerdo a un punto de vista. Tiene que ver con la procedencia de las fuerzas. Se trata de algo que se define en términos ontológicos a partir de la potencia o impotencia desde la cual emerge. Como lo habría dicho Nietzsche, en *La genealogía de la moral*, la fuerza activa se identifica con una potencia del ánimo, con un valorarse a sí mismo y, a partir de eso, crear nuevos valores. Por su parte, la reactividad se define desde la debilidad, el odio y el resentimiento, justamente dirigido hacia lo activo<sup>67</sup>. Volviendo a las dos posiciones mencionadas en el párrafo anterior frente a la resistencia, analicémoslas bajo estos términos y con ejemplos concretos:

1) Como primer punto, habría que dar cuenta de cómo hay veces que el *culture jamming* puede ser interpretado como una práctica totalmente reactiva, tratando de mantener ciertos valores conservadores ante la fuerza del consumo que tiende a pasar por encima de cualquier valor moral a fin de extraer una ganancia de lo que sea a toda costa. Christine Harold cita el ejemplo de *Adbusters* como uno que en muchas ocasiones se posiciona frente a la cultura del consumo desde un lugar moralista y en oposición directa<sup>68</sup>. Y es que *Adbusters* trata de convencer a su auditorio desde un abstencionismo del consumo, desde un ideal casi ascético. Así, proponen, por ejemplo, el uso de bicicletas y no autos, el consumo de comida orgánica y no procesada industrialmente, el abstencionismo de alcohol y cigarrillos, etc. Concretamente respecto a lo último, esto podríamos verlo en la forma en que *Adbusters* interviene campañas específicas de alcohol y cigarrillos. Así, se han vuelto famosas las subversiones a las campañas de la marca de vodka *Absolut* y la de cigarrillos *Camel*. En las dos anti-campañas de *Adbusters*, se advierten los efectos dañinos de este tipo de productos con el fin de reducir su consumo.

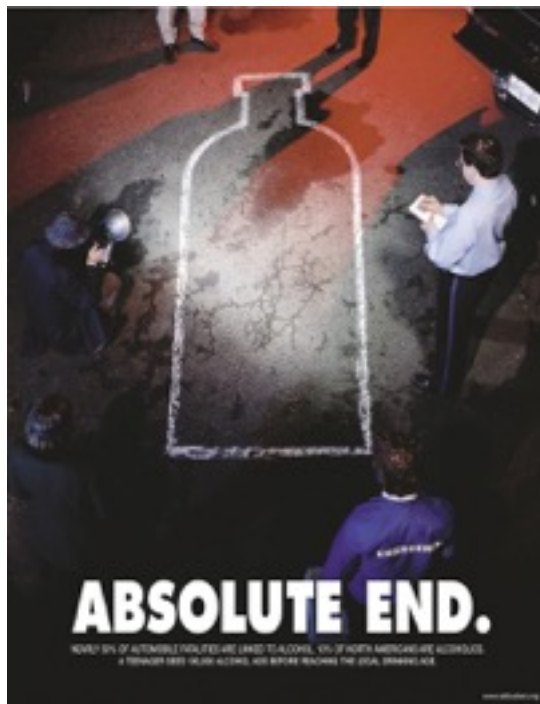
---

<sup>67</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, circa. Tratado segundo.

<sup>68</sup> Harold, *OurSpace*, circa. Cap. 2.



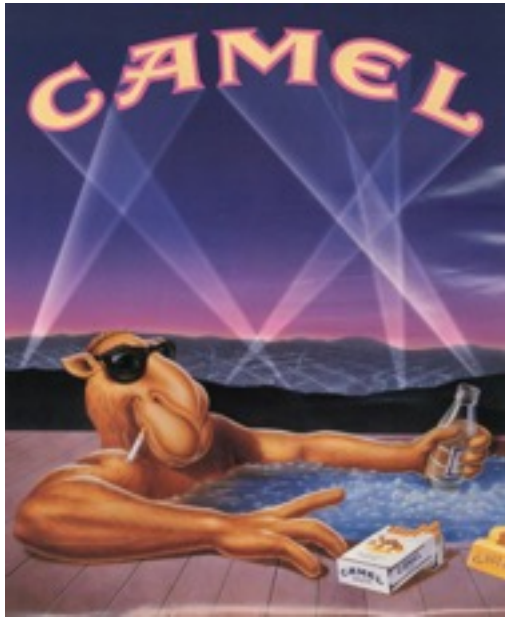
Anuncio genérico que la marca Absolut Vodka utiliza en sus campañas acompañado siempre de algún slogan publicitario y una intervención sobre la imagen de la botella.



Anti-anuncio de *Adbusters* contra la campaña de *Absolut* haciendo alusión a los accidentes automovilísticos causados por el consumo de alcohol.



Anti-anuncio de *Adbusters* contra la campaña de *Absolut* haciendo alusión la posible causa de disfunción eréctil provocada por el consumo de alcohol.



Anuncio de cigarrillos de la marca *Camel* de la década de los 90 con su típico personaje Joe Camel.



Anti-anuncio de *Adbusters* contra la campaña de *Camel* parodiando a su personaje y haciendo referencia a las consecuencias dañinas para el organismo del uso del cigarrillo.

En el caso de la subversión hacia la marca de bebidas alcohólicas, *Adbusters* advierte acerca de los efectos colaterales de su consumo, ya sea en la reducción de la potencia sexual o en el incremento de la probabilidad de accidentes automovilísticos. En el caso de los cigarrillos, de igual manera, advierte sobre las enfermedades derivadas del consumo de los mismos. Lo contradictorio de estas anti-campañas es que, por un lado efectivamente, luchan contra las corporaciones multinacionales que imponen estilos de vida dañinos a la vez que generan ganancias extraordinarias con ello. Pero, por otro lado, *Adbusters* se monta sobre una posición moral que resulta conservadora, incluso reaccionaria, al tratar de difundir normas de conducta “políticamente correctas”. En ese sentido, tal parece que la resistencia en este caso es meramente reactiva, aquella del tipo que Nietzsche identificaba como un negacionismo o nihilismo sustentado sobre la debilidad, el miedo y la impotencia, más que sobre la franqueza y confianza en sí mismos. Para Nietzsche, ese tipo de resistencias abstencionistas equivaldrían a una negación de la vida<sup>69</sup>. Se estaría hablando entonces de una resistencia moralista, pero, al fin y al cabo, resistencia. Esta resistencia se sostiene sobre un mantenerse dentro de un margen de valores establecidos y sin crear nuevos.

<sup>69</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, circa. Tratado tercero.

Christine Harold identifica este tipo de posiciones como el primer grado de *culture jamming*<sup>70</sup>; aquel que intenta resistir desde una lógica de oposición directa, separándose completamente de las dinámicas del consumo. Sin embargo, como se ha hecho obvio hasta aquí, este tipo de *jamming* termina por caer en el mismo juego al que trata de oponerse: el de la diferenciación y elevación por encima de la masa. De esta forma, se hace fácil de asimilar. Al tratar de imponer una moral determinada, se vuelve un modelo que puede ser impuesto de nuevo a la masa. Anne Elizabeth Moore<sup>71</sup> ha mostrado la manera en que movimientos como el *punk* y el *riot grrrl*<sup>72</sup>, junto con los ideales de autenticidad que representaban han sido asimilados por la cultura comercial. Lo “orgánico”, lo “alternativo” y lo “independiente” pronto fueron considerados como un estilo más a través de la implementación de estrategias de bajo perfil como la utilización de *zines*, *graffitis*, *comics underground*, *stencils*, etc.

Lo que está en juego aquí, sin embargo, no es poca cosa. Puede ser visto nada menos que como una autenticidad que se resiste frente a un intento de dominación, supremacía o hegemonía, la cual se intenta derribar, debilitar o al menos cuestionar por parte de la resistencia. Contra el capitalismo, la cultura comercial, el consumo, y todos aquellos que están de alguna manera conformes o, más aún, gozando de los beneficios de la explotación que supone el capital, la resistencia lucharía por una parte que se supone más humana, fundamental e incorruptible: su autonomía, su independencia, su *integridad*. Pero lo que habría que analizar es la procedencia de esta fuerza. Quizá muchos de estos brotes provienen, en todo caso, de lo que Nietzsche llamó “mala conciencia”, una que está basada en el deseo de venganza. Tan solo habría que señalar que en ocasiones el grado más radical de estas expresiones se obstinaría por sabotear, minar, poner bombas, destruir, etc. Así, esta opción desesperada termina por presentar dos objeciones básicas: en primer lugar, al presentarse como una opción básicamente violenta, parece no ofrecer propuestas constructivas. Por el contrario, estos brotes de inconformidad representan un peligro para el ciudadano común y el ideal ascético que

---

<sup>70</sup> Harold, *OurSpace*, circa. Introducción.

<sup>71</sup> Moore, *Unmarketable*, circa. Cap. 1.

<sup>72</sup> Bajo la etiqueta de *riot grrrl* se le conoce a un movimiento musical *underground* de *hardcore punk*, con tintes políticos, de finales de los 80 y principios de los 90; conformado por un gran número de bandas lideradas por mujeres que reivindicaban no sólo los ideales típicos del *punk* como el “hazlo tú mismo”, sino también el arte, la acción política y sobre todo el papel de la mujer en la sociedad.

representaban se convierte en una amenaza indeseable. Además, parecen no tener ninguna oportunidad frente al sistema que lo devora todo. Por lo tanto, se puede mirar como un riesgo inútil.

Y, sin embargo, pareciera que la tan llamada *integridad* sigue dando muestras de que se mantiene como fuente aparentemente inagotable de potencialidad que puede ser apropiada. Por ello, en lugar de dejarnos llevar por un análisis moralista, lo que habría que derivar de lo anterior es la expresión de una fuerza que siempre se enfrenta a una posible desaparición inminente. De este modo, la *integridad*, o ese espacio de exterioridad que permite una y otra vez la apropiación, asimilación o co-optación, puede ser interpretada más bien como una fuerza no necesariamente reactiva, pero sí necesaria para la resistencia: “El pensamiento del afuera es un pensamiento de la resistencia”<sup>73</sup> diría Gilles Deleuze. Entonces, lo que hay que enfrentar es la forma en que se entiende tal exterioridad. Habría que situar los diferentes tipos de resistencia en su justa medida no sólo para captar su fuerza y las contra-fuerzas que se les oponen, sino para captar también su marco común. Hay que advertir que si la dominación no existe siquiera y es una pura ilusión, entonces esos ataques sitúan al sujeto atacante en cuestión en una suerte de paranoia esquizofrénica donde él mismo se inventa a su dominador. Pero, para no caer en este pensamiento totalizante, absolutista y apocalíptico, es necesario dar cuenta de que del otro lado también hay resistencia.

2) Sacando entonces el concepto de resistencia de la lógica reactiva, se puede ver que también la fuerza que se le opone es reactiva en el sentido de que siempre está a la caza de aquellas fuerzas emergentes y no determinadas para incorporarlas entre sus filas<sup>74</sup>. Es decir, desde este punto de

---

<sup>73</sup> Deleuze, Gilles, *Foucault*, Paidós, España, 1987, p. 119.

<sup>74</sup> Si seguimos sucintamente a Marx, el capitalismo en general siempre se basa en que haya alguien a quien explotar; definiendo la explotación como la diferencia de la que se vale el capitalista entre el trabajo necesario y el trabajo excedente. Siempre tiene que haber una ganancia. Si no hay ganancia no hay capitalismo. Ahora, cuando esta dominación no se hace fácil, y quizá nunca lo es, hay que reprimirla eliminándola o incorporándola. Visto así, la fuerza del capitalismo es reactiva y más bien las fuerzas activas son aquellas que pueden ser utilizadas o, por su misma actividad, se niegan o se resisten a ser utilizadas. Entonces el capitalismo es sólo una lucha por acallar, oprimir, retener, o en otros casos controlar, dirigir, calcular, utilizar, esas fuerzas activas que a pesar de todo esfuerzo por dominarlas, siempre resurgen en diferentes formas. Llevado esto al extremo, se podría incluso decir que cuando estas fuerzas dejen de resistir será porque también han dejado justamente de tener fuerza. Y así, si ya no hay nada de dónde extraer ganancia, es decir, si ya no hay lo que Marx llamó “ejército industrial de reserva” (Marx, *El capital*, circa. Cap. 23), entonces el capitalismo muere.



vista, la llamada asimilación es una fuerza reactiva siempre. Depende totalmente de otras fuerzas, de tal forma que incluso se podría decir que, si no fuera por éstas, ni siquiera podría sobrevivir. En otras palabras, su fuerza se basa únicamente en que haya a quien dominar.

Christine Harold ha dado cuenta de cómo cierto tipo de *culture jamming* no se reduce a la simple reactividad desde una postura moralista. Para hacerlo, recurre a una segunda categoría de *culture jamming*, que ella identifica bajo la etiqueta de *apropiación*<sup>75</sup>. Un ejemplo de este tipo de operaciones son las distintas acciones llevadas a cabo por el colectivo activista llamado *The Yes Men*. Mike Bonano y Andy Bichlbaum formaron el colectivo a finales del siglo pasado cuando, al intentar colaborar con algunos grupos de activistas anti-corporativos, uno de ellos, llamado *®TMark*, a través de su página *web*, *rtmark.com*, les sugirió que hicieran un sitio en *Internet* falso que se presentara como la página oficial de George Bush. En ese momento, Bush estaba en medio de su campaña para ser presidente de los Estados Unidos de América por primera vez. La dirección *web* del sitio falso era *www.gwbush.com*, mientras que la página oficial era *georgewbush.com*. La página de los *Yes Men* era casi una réplica de la original, excepto por unos pocos detalles. Por ejemplo, usaban información sobre el gobierno previo de Bush en el Estado de Texas para desmantelar su campaña hipócrita sobre las políticas que había implementado. Del mismo modo, colocaron en el encabezado de la página una imagen de Bush alterada donde señalaba a gente afroamericana con una sonrisa en el rostro.



Encabezado de la página oficial de la campaña presidencial de Georges Bush, *www.georgewbush.com*, en 1999.

---

<sup>75</sup> Harold, *OurSpace*, circa. Cap. 3.



Encabezado de la página paródica de la campaña presidencial de Georges Bush, [www.gwbush.com](http://www.gwbush.com), realizada por el colectivo *The Yes Men* en el mismo año que Bush lanzaba su página oficial.

Por supuesto, la página paródica de los *Yes Men* no resultó de ningún agrado para la gente involucrada en la campaña de Bush. Por ello, les envió una carta amenazante donde se declaraba que habían violado el acta de campañas de elecciones federales y que enfrentarían una queja contra la Comisión Federal Electoral. Como respuesta, el colectivo activista envió dichas amenazas a los medios de comunicación y de inmediato una serie de artículos en prensa fueron publicados acerca del asunto. Cuando en una conferencia de prensa Bush fue cuestionado acerca de la existencia y el contenido de la *website* en cuestión, éste tomó el asunto como un pretexto para proponer disimuladamente la creación de leyes en favor de la reducción de la libertad de expresión. Al adquirir renombre el caso, los *Yes Men* tuvieron apoyo de una serie de organizaciones en favor de la libertad de expresión para defenderlos. Desde entonces se han encargado de realizar una serie de bromas mediáticas abriendo sitios *web* falsos, haciéndose pasar por voceros de diversas instituciones y ofreciendo conferencias gratuitas donde básicamente se desmantelan las políticas de las organizaciones en cuestión<sup>76</sup>.

Para Christine Harold, el ejemplo de los *Yes Men* representa ya no al saboteador que intenta luchar en contra y directamente hacia el sistema, sino al comediante que no se identifica con ninguna postura en específico y sólo muestra las inconsistencias del sistema<sup>77</sup>. Así, se podría decir que este

---

<sup>76</sup> Esta historia se puede encontrar completa en: <http://www.rtmark.com/bush.html> y brevemente descrita en la película *The Yes Men*, de 2003.

<sup>77</sup> Harold, *OurSpace*, circa. p. 73.

tipo de *jammers* se valen de los pequeños huecos que permiten las tecnologías y dinámicas del consumo para, desde ahí, aflorar no como una posición más que propone una solución o respuesta, sino simplemente para mostrar la fragilidad de determinadas instituciones, corporaciones o políticas. Sirven entonces como una muestra de cómo el sistema capitalista no puede llegar jamás a ser total. Como cualquier sistema, éste está destinado a ser siempre susceptible de desviaciones y perversiones irreductibles e impredecibles.

Lo que hay que advertir es que la cualidad de activo o reactivo no consiste solamente en el enfrentamiento con un otro, sino en la base o la procedencia de su fuerza. Para Deleuze, leyendo a Nietzsche, la importancia de lo activo es que se muestra como algo absolutamente incalificable porque aparece de súbito, una irradiación de alegría que constituye una transmutación y una salud futura<sup>78</sup>. La importancia de la obra de Nietzsche, para Deleuze, es su contribución a la construcción de una contra-cultura, en el sentido de que ofrece y desarrolla una forma de hacer política como estilo, al no dejarse codificar jamás<sup>79</sup>. El uso del humor y la ironía frente a cosas terroríficas, al modo en que lo hacen los *Yes Men*, constituiría, en términos de Deleuze, un elemento fundamental de esta contra-cultura; una risa esquizofrénica y revolucionaria que tiende siempre al movimiento<sup>80</sup>.

Siguiendo a Deleuze, bien se podría ver a la sociedad como un cuerpo de flujos de todo tipo<sup>81</sup>, donde la resistencia se daría entonces en los puntos de convergencia entre dos fuerzas. A partir de esta convergencia se posibilitan cambios en las relaciones de fuerza de los flujos. Es decir, hay resistencia por todos lados; de un flujo a otro; de uno por sostenerse y de otro u otros por desviarlo o derribarlo. La resistencia puede ser así activa o reactiva; es el poder de la fuerza afectada en cada

---

<sup>78</sup> Deleuze, Gilles, “Pensamiento nómada (Sobre Nietzsche)”. En: Deleuze, *La isla desierta y otros textos*, Pre-textos, España, 2005, pp. 321-332.

<sup>79</sup> *Ibidem*.

<sup>80</sup> *Ibidem*.

<sup>81</sup> Deleuze retoma el término “flujo” de un vocabulario económico y se refiere al movimiento de capitales de un lugar a otro, sin embargo, el autor lleva este término a un nivel ontológico para explicar la dinámica de todo tipo de fuerzas que están más allá del capital, pero sobre las cuales éste se sostiene (Deleuze, Gilles, *Derrames entre el capitalismo y la esquizofrenia*, Cactus, Argentina, 2005, *circa*. Clase I). En lo que resta de este capítulo se ahondará en este tema de la mano de Deleuze, precisamente porque este autor conduce un acercamiento nietzscheano a la realidad, como el que hemos venido desarrollando en este apartado, para llevarlo hacia discusiones relacionadas con la teoría económica política.

caso. La resistencia es la conservación de un flujo frente a la invasión de las fuerzas que tienden a contenerlo o modificarlo. Pero, he aquí lo principal: mientras haya choque de fuerzas, quiere decir que las resistencias no se han agotado. Es decir, mientras podamos notar algún movimiento, quiere decir que algo permanece, se conserva. A este resto que resiste e insiste Deleuze le llama *derrames*<sup>82</sup>.

De no ser porque algo siempre se escapa, se chorrea, se derrama, en el choque de fuerzas, no habría la necesidad de volver a contenerlas y, entonces, no se generaría ninguna nueva forma en el cuerpo social. Es decir, con lo que cuenta toda sociedad es con esas fuerzas, pues ella se conforma en la relación de aquellas, dice Deleuze<sup>83</sup>. Lo que teme toda sociedad es el *diluvio*, es decir, la ruptura de las barreras sociales por parte de los flujos<sup>84</sup>. Textualmente dice Deleuze: “El acto fundamental de la sociedad es codificar los flujos y tratar como enemigo a aquello que en relación a ella se presente como un flujo no codificable que pone en cuestión toda la tierra, todo el cuerpo de esa sociedad”<sup>85</sup>.

Pero a la lectura de Deleuze, habría que agregar que, además del *diluvio*, también habría de temerle a la ausencia de flujos: la inundación total o el *naufragio*<sup>86</sup>. Esto último equivaldría a la codificación absoluta de todos los flujos. Mientras no hayan sido codificados todos los flujos o mientras ninguno de ellos rompa con cualquier tipo de codificación, seguirá habiendo resistencia por infinidad de lados y en múltiples formas. Por eso hace falta ver cuál es la base o, en todo caso, la dirección y el sentido de tales resistencias; quizá así se pueda calibrar también si tienen la fuerza suficiente para convertirse en amenaza de *diluvio* o están por sucumbir al *naufragio*.

---

<sup>82</sup> *Ibidem*.

<sup>83</sup> *Ibidem*.

<sup>84</sup> *Ibidem*.

<sup>85</sup> *Ibid*, p. 21.

<sup>86</sup> Esta figura del *naufragio* es retomada de Georges Didi-Huberman (Didi-Huberman, Georges, *Arde la imagen*, Ediciones VE, México, 2012, *circa*. pp. 35-36). Más adelante, este mismo apartado, se ahondará en esta cuestión.

## 2.4 Flujos

Hay algo que, según Deleuze, diferencia al capitalismo de las sociedades anteriores. Y es que éste se constituye por flujos descodificados, pues cuenta con una axiomática que se constituye como una potencia de recuperación lista para añadir todo el tiempo nuevas recodificaciones<sup>87</sup>. Es decir, no es que el capitalismo esté constituido por una fuerza incontenible, sino que el capitalismo es, como dice Deleuze, una axiomática que no cuenta con ningún código. No hace falta creer en nada para estar dentro de él. La máquina capitalista es más bien demente, descodifica, desterritorializa. Se lo traga todo.

El capitalismo hace entrar a los flujos descodificados en una máquina que opera conjugaciones de flujos descodificados. Por eso pareciera que todo intento por salirse, fugarse, del sistema termina por reforzarlo. Pero, a su vez, eso no quiere decir que se puedan evitar los flujos dentro de él. El capitalismo, como cualquier sistema, necesita de ellos. Y, sin embargo, lo que queda claro es que este sistema tampoco alcanza nunca su culmen. No se puede llegar a crear una utopía capitalista, pues este sistema se basa en su propia crisis. Regresando a Marx, la crisis surge de la misma diferencia entre el trabajo necesario y el trabajo excedente que define al capital<sup>88</sup>. La ganancia se acumula y se derrama, las fuerzas se desbordan, de tal manera que la contención nunca será suficiente. El capitalismo nunca llega a un final último y satisfactorio, por eso seguimos enganchados todos en él. Y, sin embargo, tampoco los flujos de resistencia logran separarse del todo. El capitalismo se compone de todos esos flujos. Lo que hay es una pluralidad que parece estar siempre encausada hacia el mismo fin mercantil. Pero, a su vez, así como no hay quien de alguna forma no sea capitalista, tampoco hay capitalista por excelencia, pues éste necesita siempre de algo nuevo que capitalizar.

Conceptualmente, lo que habría que hacer para enfrentar el capitalismo como axiomática, no es simplemente prestar atención a la fuerza de los flujos tendientes a la fuga, porque, como se ha

---

<sup>87</sup> Deleuze, *Derrames*, circa. Clase I.

<sup>88</sup> Marx, Karl, *Las crisis del capitalismo*, Sequitur, España, 2009, circa, p. 49.

venido diciendo, la axiomática recupera tales flujos para constatarse como única posibilidad; sino más bien buscar la forma en que tales flujos se encuentran unos con otros y generan, en tal confluencia, otros cauces o rutas, otras procedencias y otras posibilidades prospectivas. Ésa es la importancia de seguir de cerca los movimientos interiores al sistema y no solamente tratar de ver las fugas como escapes totales o intentos de ello. Para entender entonces el *culture jamming*, como forma de operar dentro de la misma lógica del capitalismo, hay que usar otras herramientas conceptuales que vayan más allá de una oposición o intento de huida y, sobre todo, de una posición que se plantee como una resolución total o final; como si la lucha de fuerzas fuera a acabar con o sin el fin del capitalismo.

Habría que entender la labor del *culture jamming* como una exhibición de las disparidades y las ranuras internas del sistema capitalista que hace surgir la fugas a partir del material que compone la cultura del consumo. Si bien el *culture jamming* forma parte de esta gran ola de prácticas que buscan intervenir en el ámbito de la vida social-política, la forma específica en que lo hace podría delimitarse al ámbito de la imagen. Todos estos juegos tienen en común la forma de operar, yuxtaponiendo estímulos disímiles que al ser captados como tales lancen la interpretación hacia algo aún no conocido. La importancia de este tipo de prácticas es precisamente que en su conjunto quizá están forjando un futuro a su manera. Ese futuro es incierto y eso es lo que se debe atender en determinado caso; pues justamente frente a la axiomatización del capital lo que se ofrece no es ninguna autonomía o autenticidad pura, sino simplemente la apertura de nuevos cauces con rumbos indefinidos.

Los nuevos flujos muestran otros marcos. El marco que se revela es el de la imagen. Es decir, lo importante aquí es que el análisis cobra o puede cobrar un giro icónico. Lo que dice todavía la resistencia no se propone como una fuerza antagónica simplemente, sino como una que crece dentro del capital, a la par e incluso en gran medida gracias a él también.

Se podría decir que todas las tecnologías que conocemos como tecnologías de la información podrían ser vistas como dispositivos relacionados siempre con la imagen: ya sea para generarla,

capturarla o manipularla. La imagen se ha vuelto la base de la vida cotidiana a través de dichas tecnologías. No sólo sirve para ser contemplada, sino también para dictaminar formas y estilos de vida. Es en este nivel donde la imagen puede llegar a ser peligrosa. Tanto así que podría amenazar con un *naufragio*, diría Didi-Huberman<sup>89</sup>. El peligro de las imágenes, y de una sociedad que privilegia tanto la imagen, como la nuestra, es quedar ahogados por las imágenes. Esto equivaldría a quedar enmudecidos por nuestra propia memoria. Desde ese lugar, el peligro está en que ya no se pueda más crear. En otras palabras, la contraindicación del *diluvio*, al que tanto se ha esforzado por capturar el capital, resultó ser el *naufragio* de imágenes lo que ahora amenaza con borrar las distinciones de todo tipo de clases. Quedar ahogados por las imágenes es igual a quedar ahogados por el capital.

El *naufragio* entonces no es ninguna salida, por supuesto. Equivaldría a la imposibilidad del movimiento de los flujos. Los flujos mismos se perderían. Si la sociedad teme el *diluvio*, los flujos mismos temen el *naufragio*. No temen a la codificación porque finalmente ésta los constriñe. Se fuerzan unos a otros en la búsqueda de codificación. Pero en el *naufragio* los flujos son presas de sí mismos, pierden sentido, se ahogan de sí mismos. Tal es la fuerza de la imagen. La discusión cambia de rumbo ahora. Ya no se trata de atacar el capitalismo directa y oposicionalmente, se trata de darle la vuelta al dar cuenta de que los flujos corren, se activan, resisten, adquieren un sentido, juegan con él y lo dirigen. La apuesta es que en tales movimientos se podría encubrir la redefinición de toda nuestra cultura.

La discusión entonces ya no es si el *culture jamming* va a derribar el sistema capitalista, sino qué nos dice de las debilidades o fracturas de éste, de su telón de fondo. El *culture jamming*, a través de sus giros, rizos, vueltas, tropos, distorsiones, desviaciones, perversiones, muestra una fuerza activa, y es la fuerza de la imagen. Lo que ha entendido y en lo que se basa el *culture jamming* es en el hecho de que hoy el lenguaje de la imagen es el que tiende a dictar las consignas, es decir, los mandatos u órdenes. El lenguaje en juego serían las imágenes, los sonidos, las frases, códigos que

---

<sup>89</sup> Didi-Huberman, *Arde la imagen*, circa. pp. 35-36.

cobran la forma de logotipos, *jingles*, *slogans*, programas de la cultura comercial y que son recogidos, apropiados y reconstruidos por esta práctica.

Para sobrevivir en ese *naufragio*, no es que se tenga que evitar la generación de imágenes, pues, como se dijo, las imágenes también están en flujo continuo y son, a su vez, parte de los flujos. Más bien es necesario hacerse cargo de nuestras imágenes, de su generación y de su destino. Hacerse cargo de las imágenes equivale ya a hacerse cargo de nosotros mismos como humanidad y como individuos. La imagen tiene su propia fuerza, su propia especificidad y sus propias formas de operar. Toda imagen tiene un sentido. Y ese sentido está en constante flujo también. Pero hay un lenguaje de las imágenes que se ha ido instituyendo paulatina y continuamente a través de ciertos dispositivos o máquinas de información. Y es aquí donde apenas podría comenzar el análisis.



### 3. El *culture jamming* como táctica genealógica

#### 3.1 Táctica

Para poder acercarse a la lucha de fuerzas al nivel de la imagen que supone el *culture jamming* son necesarios instrumentos teóricos específicos y particulares que nos ayuden a describir agudamente sus operaciones. Es decir, más que llevar el análisis del *culture jamming* directamente por el lado de una resistencia frente al capital (quizá fallida), habría que abordarlo con nociones más finas. Habría que ver qué es lo que hace, qué permite, cómo actúa y por qué lo hace de esta forma.

Efectivamente, como lo hemos visto hasta aquí, la del *culture jamming* es una contienda donde hay batallas continuas, enfrentamientos, resistencias, pérdidas, sometimientos, etc. Pero todas ellas no pueden sólo ser medidas en términos económicos. Quizá podríamos hacerlo en estos términos si prestáramos atención en las ventas de la revista *Adbusters*, sus zapatos o los productos orgánicos que invitan a comprar este tipo de llamados, pero quedaría la pregunta acerca de cómo podemos acercarnos teóricamente a prácticas como las de los *Yes men*, por ejemplo. Hay una fuerza ahí que va por otro lado. Las batallas y la guerra general está en otros términos cuando se le ve de esta manera. Para apreciarlo necesitamos otro lente que deje ver el esfuerzo que se está realizando ahí. Habría que verlo como una batalla, sí, pero más que solamente en términos económicos, se da en términos de imágenes. Ahora bien, en esta batalla no siempre se intenta imponer nuevos modelos – como ya se había dicho –, sino que lo importante es que se abren las posibilidades para la emergencia de otros acercamientos a las imágenes, o a alguna imagen en específico. Es necesario entonces una perspectiva que nos deje ver la operación que realiza el *culture jamming* cuando a una imagen planificada, estandarizada o sobrecodificada se le quiebran sus códigos y se le abre a la interpretación. Este tipo de tácticas se llevan a cabo en el ámbito teórico, por ejemplo, cuando se pone en suspenso todo intento por buscar la verdad o alguna verdad. Eso es quizá más parecido a lo que podemos encontrar en el *culture jamming*, pero a nivel icónico.

Como sabemos, este tipo de operaciones que podrían ser identificadas con las posturas posmodernas en filosofía y las ciencias humanas en general, bien podrían ser rastreadas desde una influencia nietzscheana y lo que se conoce como la “muerte de Dios”<sup>90</sup>. Para Nietzsche, la muerte de Dios no era solamente la extinción de alguna religión en específico, sino la caída de todo presupuesto de “verdad” en filosofía. A partir de este momento, Nietzsche abre el paso a una nueva forma de hacer filosofía a partir de tácticas de resquebrajamiento de los supuestos de su época. Así, el aforismo, los fragmentos, las fábulas, se vuelven instrumentos teóricos desde los cuales no se lanzan verdades absolutas, sino ficciones, golpes y a veces carcajadas sobre todo lo que existe.

Una de las tácticas de Nietzsche, que más tarde sería recuperada por Michel Foucault –un filósofo tan importante para el siglo XX en cuanto al análisis del poder se refiere–, fue la genealogía<sup>91</sup>. Ésta puede ser entendida como una táctica de guerra, porque como lo diría Foucault, es una forma de combate que pone en juego saberes locales, discontinuos, descalificados, etc., contra cualquier instancia englobadora, unitaria y jerárquica que pretenda someterlos<sup>92</sup>. Textualmente, Foucault dice: “Llamemos, si ustedes quieren, genealogía al acoplamiento de los conocimientos eruditos y las memorias locales, acoplamiento que permite la constitución de un saber histórico de las luchas y la utilización de ese saber en las tácticas actuales”<sup>93</sup>. Es decir, dos tipos de saberes brotan en la genealogía: aquellos que fueron sometidos por haber estado siempre enmascarados dentro de conjuntos funcionales o sistematizaciones formales; y aquellos que tienen un carácter no conceptual, de ingenuidad, de insuficiencia en su elaboración, etc. y que pertenecen a la gente, no por ser de sentido común, sino por ser locales, regionales y específicos<sup>94</sup>. Con la genealogía emergen este tipo de saberes y rompen cualquier noción de totalidad o unidad en cuanto a ellos se

---

<sup>90</sup> En el párrafo 125 de *La ciencia jovial: “La gaya scienza”* –título también traducido simplemente como *La gaya ciencia*–, a través del personaje de un loco que grita desesperado en una plaza pública, Nietzsche declara la muerte de Dios (Nietzsche, Friedrich, *La gaya ciencia*, Akal, España, 1988, *circa.* p. 160). Este pasaje es altamente conocido, a tal grado que se le conoce popularmente a Nietzsche como el filósofo asesino de la figura de Dios.

<sup>91</sup> Carlos Núñez Rodríguez ha recuperado este enfoque específicamente en Foucault, recorriendo gran parte de la obra de este autor bajo la lupa de la genealogía (Núñez Rodríguez, Carlos, *La genealogía como filosofía política en Michel Foucault*, Plaza y Valdés, México, 2011).

<sup>92</sup> Foucault, Michel, *Defender la sociedad*, FCE, México, 2000, *circa.* Clase del 7 de enero de 1976.

<sup>93</sup> Foucault, *Defender la sociedad*, p. 22.

<sup>94</sup> *Ibid.*, *circa.* p. 21.

refiere. De nuevo textualmente, la genealogía es “la táctica que, a partir de esas discursividades locales así descritas, pone en juego los saberes liberados del sometimiento que se desprenden de ellas”<sup>95</sup>.

A nivel icónico, para entender las operaciones del *culture jamming*, valdría la pena la comparación con una táctica como la genealogía para entender sus lógicas. Como ya habíamos dicho, no hay duda de que con el *jamming* estamos ante una lucha, pero en qué términos hemos de entender este combate es algo que está por verse. En adelante, entonces, defenderemos la tesis de que el *culture jamming*, más que ser considerado sólo una resistencia en oposición directa ante el capital, puede ser considerada una táctica genealógica que actúa a nivel icónico para desenmascarar sus mecanismos y lógicas que le dan fuerza.

### 3.2 Genealogía

Recordemos que Nietzsche nunca expuso alguna caracterización completa y definitiva de la genealogía, pero la desarrolló en la práctica en muchos de sus escritos. Evidentemente, entre ellos destaca aquél que lleva por título *La genealogía de la moral*. Para observar la forma en que Nietzsche trabaja esta forma de operar, primero describamos sucintamente lo que hace en este libro: Para empezar lo que se pretende es desmontar lo que conocemos hasta la fecha como conceptos o principios morales. Nietzsche también llamó a esta obra “la primera psicología del sacerdote”<sup>96</sup>. Para realizarla, desarrolla tres tratados. En el primero, rastrea filológicamente las raíces de las oposiciones “bueno y malo” y “bueno y malvado”, encontrando una inversión que con el paso del tiempo hizo que se identificara al hombre guerrero y fuerte con lo malvado y al débil con lo bueno. En el segundo, explora las nociones de “culpa” y “mala conciencia” equiparándola con los castigos que en un momento remoto de la historia se imponían a los que no podían pagar sus deudas. Éstas deudas quedan grabadas en forma de “culpa” y “mala conciencia” como resentimientos hacia el mundo y hacia uno mismo. En el tercero, Nietzsche identifica los ideales ascéticos con una voluntad

---

<sup>95</sup> *Ibid.*, p. 24.

<sup>96</sup> Nietzsche, Friedrich, *Ecce homo*, Alianza, España, 2011, p. 137.

nihilista, es decir, una vida que se niega a sí misma. Con tal de obtener algún tipo de poder, dice Nietzsche, los sacerdotes ejercen una crueldad desmedida contra sí mismos, una crueldad nacida de la impotencia y el resentimiento. Al desmontar de esta manera los principios morales y sus figuras características, Nietzsche termina invirtiendo, o al menos poniendo en cuestión, las creencias más comunes acerca de ellos. A partir de esta sucinta descripción, y antes de abordar cómo es que los ejercicios del *culture jamming* podrían ser tomados como una forma de genealogía, tratemos de hacer a continuación una caracterización detallada de la genealogía nietzscheana apoyándonos no sólo en él, sino también en algunos acercamientos que han propuesto de ella Gilles Deleuze<sup>97</sup> y Michel Foucault<sup>98</sup>.

Remitiéndonos directamente a Nietzsche, él se basó en teorías acerca del origen de la moral de filósofos, psicólogos y sociólogos de su época, como Paul Rée, Herbert Spencer y Henry Thomas Buckle. Pero lo que criticaba de estos genealogistas era que veían en la moral algo útil, el resultado de una serie de prácticas sociales de prueba y error hasta quedarse con lo más benéfico para la sociedad. Para Nietzsche, la moral no es asunto de utilidad, sino de irrupciones; afirmaciones que han quedado grabadas en la memoria colectiva a través del lenguaje y otras prácticas. Nietzsche contesta a aquellas teorías genealógicas desde otro lugar, haciendo emerger su propia visión en el camino. Textualmente dice: “no refutándolas –¡qué me importan a mí las refutaciones!–, sino, cual conviene a un espíritu positivo, poniendo, en lugar de lo inverosímil, algo más verosímil, y, a veces, en lugar de un error, otro distinto”<sup>99</sup>. La genealogía, entonces, en primera instancia, es una forma de ejercer la crítica desde la práctica histórica. Es una táctica de desmantelamiento, pero también de construcción e invención; una forma de tomar parte activa en la definición de la historia. Para Nietzsche, a los historiadores de la moral les faltaba a ellos mismos el sentido histórico: “como es ya viejo uso de filósofos, todos ellos piensan de una manera esencialmente a-histórica; de esto no

---

<sup>97</sup> Deleuze, *Nietzsche y la filosofía*.

<sup>98</sup> Foucault, Michel, “Nietzsche, la Genealogía, la Historia”. En: Foucault, *Microfísica del poder*, La piqueta, España, 1979.

<sup>99</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, p. 25

cabe ninguna duda”<sup>100</sup>; piensan como si ellos mismos no estuvieran insertados en la historia, confían demasiado en el hombre.

Si la genealogía es una táctica y no una estrategia o un método es porque en ella siempre se trata de librar batallas locales y específicas<sup>101</sup>. No se sigue una serie de pasos o lineamientos determinados de antemano, sino que se apega a la situación que enfrenta, sin tratar de levantar una teoría absoluta que venga a resolverlo todo. La genealogía expone las fuerzas en cuestión. Realiza un movimiento al interior de los conceptos para desestabilizarlos y mostrar tanto su fuerza como sus debilidades. En *La genealogía de la moral*, Nietzsche no solamente arremete contra el ideal ascético, sino contra toda verdad. De hecho, ve en la ciencia moderna otra faceta del ideal ascético por su búsqueda de pureza y absolutos. Para Nietzsche era importante llevar a cabo esta genealogía porque, como lo habría puesto en *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*: “Las verdades son ilusiones de las que se ha olvidado que lo son”<sup>102</sup>. Nietzsche, entonces, tenía que dar cuenta de que en el fondo no hay nada que sea capaz de sostener una verdad indefinidamente. Las verdades, para él, son meras relaciones humanas realzadas, extrapoladas y adornadas que han llegado a hacerse firmes e indiscutibles<sup>103</sup>. El origen es siempre un artificio, una invención por una voluntad de poder. Es decir, se trata de un carácter afirmativo y activo. Detrás de las cosas no hay ningún secreto esencial, sino justamente el secreto de su falta de esencia<sup>104</sup>. En todo caso, diría Foucault leyendo a Nietzsche, “lo que se encuentra al comienzo histórico de las cosas, no es la identidad aún preservada de su origen –es la discordia de las otras cosas, es el disparate”<sup>105</sup>. El comienzo histórico es bajo, irrisorio, irónico<sup>106</sup>. La genealogía, entonces, en segundo lugar, es un desmontaje que nos

---

<sup>100</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, p. 37.

<sup>101</sup> Para reforzar la analogía que estamos realizando, valdría la pena recordar que, como lo identificó Mark Dery siguiendo a Umberto Eco, el *culture jamming* se trata precisamente de una práctica de “guerrilla” y no de estrategia porque lo que se propone no es querer controlar la fuente y el canal de los mensajes masivos, sino de actuar en la particularidad de cada grupo humano, o miembro de éste, como destinatarios de estos mensajes (Dery, *Culture Jamming*, en: [http://markdery.com/?page\\_id=154](http://markdery.com/?page_id=154); Eco, *La estrategia de la ilusión*, circa. p. 143).

<sup>102</sup> Nietzsche, Friedrich, *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*, Tecnos, España, 1996, p. 25.

<sup>103</sup> *Ibidem*.

<sup>104</sup> Foucault, “Nietzsche, la Genealogía, la Historia”, p. 10.

<sup>105</sup> *Ibidem*.

<sup>106</sup> *Ibidem*.

lleva hacia la falta de origen y, más aún, coloca en ese lugar un simple capricho o desplante; es decir, una fuerza activa.

La fuerza activa Nietzsche la identifica con la del guerrero. Éste es aquel que en su avance termina por dar nombres a aquello que conquista. Por ello es que no importa la utilidad, sino la potencia. Fuerza, pulsión, voluntad, actividad, querer, fortaleza y exteriorización de ella, son lo mismo para Nietzsche. Todos ellos conllevan la instauración de nuevos valores que se rigen de acuerdo con la potencia que emerge. Esta emergencia, como la caracterizaría Foucault, “es el principio y la ley singular de una aparición. (...) La emergencia se produce siempre en un determinado estado de fuerzas”<sup>107</sup>. En la emergencia, una fuerza irrumpe y muestra que el estado de las cosas no era incuestionable o inquebrantable. Surge de entre las piezas que componen el sistema para desestabilizarlo y volver a pesarlo todo. “La emergencia es pues, la entrada en escena de las fuerzas; es su irrupción”<sup>108</sup>, dice Foucault. Este uso crítico tiene por objetivo “liberar al hombre y de no dejarle otro origen que aquel en el que él mismo quiera reconocerse”<sup>109</sup>.

La filosofía de Nietzsche, dice Deleuze<sup>110</sup>, es una sintomatología, pues el fenómeno siempre es signo de alguna fuerza. Y cualquier fuerza se halla siempre en una relación esencial con otra fuerza. En el origen, lo que hay es una jerarquía, solamente. Para la genealogía, la creación es el valor de los valores, derivado del elemento diferencial entre lo alto y lo bajo, lo noble y lo vil; lo que nombra y lo que es nombrado. Por lo tanto, “genealogía quiere decir a la vez valor del origen y origen de los valores”<sup>111</sup>. Permite la emergencia de las fuerzas a la vez que las desenmascara, expone su procedencia. Lo que pone en juego es siempre el valor de la creación; es una filosofía de los valores; una crítica total; o, como Nietzsche mismo lo calificaría: una filosofía a “martillazos”. La genealogía interpreta y valora, da origen, pero ejerce también una diferencia o distancia desde el

---

<sup>107</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>108</sup> *Ibid.*, p. 16.

<sup>109</sup> *Ibid.*, p. 29.

<sup>110</sup> Deleuze, *Nietzsche y la filosofía*, p. 10.

<sup>111</sup> *Ibid.*, p. 9.

mismo origen; “se propone precisamente manejar el elemento diferencial como crítico y creador, o sea, como martillo”<sup>112</sup>.

Al poner al descubierto las fuerzas y su procedencia, la genealogía no sólo las desmonta para derribarlas, sino para ponerlas en su justa medida. Como lo diría Deleuze, “el proyecto más general de Nietzsche consiste en esto: introducir en filosofía los conceptos de sentido y valor”<sup>113</sup>. Es a partir de esta forma de valorar el mundo que la genealogía se realiza como una afirmación situada que tiene la capacidad de ordenarlo todo, de darle sentido a cada cosa, a cada acción y cada palabra. Es decir, Nietzsche se proponía desmontar los valores establecidos para su tiempo, que mantenían apesadas las posibilidades creadoras. Pero para hacerlo tenía que crear también. En el aforismo 57 de *La gaya ciencia*, Nietzsche afirma que no basta con señalar los peligros de la moral para destruir la llamada “realidad”. Dice: “¡sólo como creadores podemos destruir!– Más no olvidemos tampoco esto: ¡basta crear nuevos nombres, valoraciones y probabilidades para crear a la larga nuevas «cosas»!”<sup>114</sup>. Se podría decir entonces, en tercer lugar, que la genealogía es una forma de creación que ordena y valoriza a partir de situaciones concretas. Se trata de insertar al filósofo en el devenir histórico como alguien capaz de crear valores y de crear historia asimismo, labor que no puede hacerse sin poner en cuestión todo lo ya existente.

Finalmente, Nietzsche, en el prólogo a la *Genealogía de la moral*, dice que su deseo en ese libro fue proporcionar la dirección a la efectiva historia de la moral a una mirada aguda e imparcial, identificando tal procedimiento con el color gris<sup>115</sup>: “Quiero decir, lo fundado en documentos, lo realmente comprobable, lo efectivamente existido, en una palabra, toda la larga y difícilmente descifrable escritura jeroglífica del pasado de la moral humana”<sup>116</sup>, dice Nietzsche. Foucault, en

---

<sup>112</sup> *Ibid.*, p. 10.

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 7.

<sup>114</sup> Nietzsche, Friedrich, *La gaya ciencia*, Akal, España, 1988, p. 106.

<sup>115</sup> Al decir que la genealogía es gris, se hace implícitamente una alusión a Johann Wolfgang von Goethe, quien, en *Fausto*, escribía en voz de Mefistófeles: “Toda teoría es gris, caro amigo, y verde el árbol de oro de la vida” (Goethe, Wolfgang, *Fausto*, Catedra, España, 2007, p. 159). Al hacer esto, Nietzsche tácitamente está jugando una vez más con la línea divisoria entre teoría y práctica que describimos en el segundo párrafo de este apartado.

<sup>116</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, p. 29.

*Nietzsche, la genealogía, la historia* retoma tal aseveración y lo expone así: “la genealogía es gris, es meticulosa y pacientemente documentalista. Trabaja sobre sendas embrolladas, garabateadas, muchas veces reescritas”<sup>117</sup>. En el prólogo ya citado, Nietzsche mismo identifica tal labor con el rumiar de las vacas. Cada uno de los conceptos que Nietzsche trabaja en la genealogía es rastreado desde etimología basada en el sonido de las palabras y en asociaciones inferenciales que tienen como base dinámicas sociales, lógicas de intercambio, de lucha, de fuerza, de enfrentamiento de cuerpos y de acuerdos de contrato.

Como la caracterizó Foucault, hacer genealogía es ocuparse de las meticulosidades, los azares, las intensidades, debilidades, agitaciones y síncope; “es el cuerpo mismo del devenir”<sup>118</sup>. La genealogía se trata de una forma específica de lectura. Deleuze lo dice de esta forma: “El método consiste en esto: relacionar un concepto con la voluntad de poder para hacer de él el síntoma de una voluntad sin la cual no podría ni siquiera ser pensado”<sup>119</sup>. En última instancia, y en cuarto lugar, la genealogía es una labor constante y permanente. Nunca se acaba. No se hace una genealogía de una vez y para siempre, sino que hay que tener la paciencia de estar una y otra vez desmontando todo aquello que se levanta como absoluto. Esto puede llevar años, toda una vida. La genealogía es, en cierta medida, una labor de resistencia ante la evidencia, siempre queriendo ir mas allá; desmenuzando cada entramado por el que se componen las cosas, las palabras y las acciones. Se trata de situarse en medio de las contiendas, tomando posición en ellas valiéndose de los materiales disponibles en el momento.

En resumen, la genealogía en Nietzsche se podría caracterizar como: a) una táctica localizada y concreta, forma activa de hacer crítica histórica desde la práctica; b) una forma de desmontar cualquier tipo de verdad o absoluto recordando que todo es una simple invención; c) una forma de creación que implica la evaluación de las fuerzas para dar orden y sentido al mundo con nuevos valores; y d) un ejercicio permanente y paciente que se apeg a la inmanencia de los cuerpos, los lenguajes y los acontecimientos.

---

<sup>117</sup> Foucault, “Nietzsche, la Genealogía, la Historia”, p. 7.

<sup>118</sup> *Ibid.*, p. 12.

<sup>119</sup> Deleuze, *Nietzsche y la filosofía*, p. 112.



Nietzsche, como se dijo antes, ponía en marcha esta táctica principalmente contra la moral cristiana que él juzgaba como decadente y servil<sup>120</sup>. Pues bien, como hemos visto en los capítulos anteriores, especialmente en el apartado 2.4, actualmente la imagen es aquella que tiende a dictar las normas y las consignas: las modas y los estilos de vida. La genealogía a la que habría que hacer referencia para abordar la forma de operar del *culture jamming* sería una que se monta sobre la imagen, que hace uso de ella, que la destruye o cuestiona, en determinada medida, pero que, a la vez, también crea. Sería una forma de sumarse a la lucha de fuerzas bajo la que hoy se constituye el mundo; actuando desde el interior como una labor constante. Ahora sí, en adelante, iremos detallando la forma en que lo hace.

### 3.3 Giro

Para empezar, la importancia de la discusión que aquí iniciaremos no se puede entender sin su contexto. Hay que decir entonces que, acorde con la época en que nos encontramos, actualmente hay una urgencia por pensar la imagen. De igual manera en que se ha dicho que vivimos en una cultura que se deja guiar por las imágenes, se ha identificado incluso un giro icónico en la orientación del pensamiento moderno occidental. Evidentemente, este giro está vinculado íntimamente con el desarrollo de una gran cantidad de tecnologías relativas a la reproducción masiva de imágenes que vienen desde la imprenta en el siglo XV, o incluso mucho antes, pero que

---

<sup>120</sup> Este tipo de ejercicios no solamente los puso en práctica Nietzsche en *La genealogía de la moral*, sino que se podría decir incluso que fue una forma que atraviesa su obra y que se puede ver desde sus primeros trabajos como *El nacimiento de la tragedia* o *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*. A su vez, y con todas las reservas que sean necesarias, habría que señalar que, en alguna medida bajo una influencia nietzscheana, otros pensadores han desarrollado sus propias formas de operación para el desmantelamiento de conceptos. Tal es el caso del concepto de *arqueología* en Michel Foucault, *deconstrucción* en Jacques Derrida o incluso el *montaje* en Georges Didi-Huberman, del cual nos ocuparemos directamente en el siguiente apartado. Para reforzar la tesis que en este texto se defiende, valdría la pena dejar registro aquí de que el autor Richard Gilman-Opalsky ha hecho ya una vinculación entre el *culture jamming* y las operaciones teóricas de Foucault, Derrida y Deleuze, entre otros, en favor de un rescate del potencial revolucionario del *culture jamming* (Gilman-Opalsky, Richard, “Unjamming the Insurrectionary Imagination: Rescuing Détournement from the Liberal Complacencies of Culture Jamming”, *Theory in Action*, 6: 3, 2013, pp. 1-34).

alcanzan un momento de enorme aceleración en los siglos XIX, XX y lo que llevamos de éste<sup>121</sup>. Ya se ha hablado aquí sobre las distintas denuncias que hubo en el siglo XX acerca de la imagen y sus manipulaciones. Pero quizá quien fue el primer teórico que vio en este giro sobre la imagen propiciado por las tecnologías no solamente algo negativo sino también una oportunidad fue Benjamin. Además del conocido y ya citado trabajo sobre la reproductibilidad técnica, Benjamin había proclamado una apropiación de la imagen en su obra *El surrealismo, la última instantánea de la inteligencia europea*. En este ensayo, Benjamin proponía crear un *espacio de imágenes* para “organizar el pesimismo”, donde no sólo se permite la contemplación, sino principalmente una forma de hacer política<sup>122</sup>.

El peligro frente a las imágenes siempre ha sido el de la idolatría –o la falta de cuestionamiento ante ellas. En otras épocas este peligro se enfrentó tratando de regularlas e incluso, en ocasiones, de destruirlas<sup>123</sup>. Pero en una época como la nuestra, que se sostiene en gran medida por el acceso ellas y a la facilidad para producirlas, reproducirlas y distribuirlas, otras serán las operaciones. Varias figuras han sido utilizadas para pensar la forma en que se puede realizar un trabajo sobre la imagen en la época contemporánea. Benjamin, por ejemplo, se remitía al dadaísmo, el surrealismo, la fotografía y el cine. Deleuze, del mismo modo, se remitía al cine y sus amplias posibilidades. Didi-

---

<sup>121</sup> Siguiendo a Richard Rorty, quien, de acuerdo con W. J. T. Mitchell, ha descrito la historia de la filosofía como una sucesión de “giros” a partir de los cuales es posible la aparición de nuevos problemas y la desaparición de otros (Mitchell, W. J. T., *Teoría de la imagen*, Akal, España, 2009, p. 19), los teóricos W. J. T. Mitchell y Gottfried Boehm, cada uno por su cuenta, han proclamado un giro icónico/pictorial para identificar a nuestra época. Aunque estos autores argumentan que la diferencia entre las etiquetas “icónico” o “pictorial” no es relevante (Boehm, Gottfried y Mitchell, W. J. T., “Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters”, *Culture, Theory and Critique*, 50: 2-3, 2009, pp. 103-121) aquí se manejará la segunda en adelante debido a que en español el término “pictorial” con el que se ha traducido a Mitchell, aunque no existe, tendería a asociarse más, fonéticamente, con lo relativo a la pintura y la historia del arte. En cambio, “icónico” tiene muchas más acepciones, todas referentes a la imagen y todas ellas referidas de alguna manera con lo que estos autores han prestado atención.

<sup>122</sup> Benjamin, Walter, “El surrealismo, la última instantánea de la inteligencia europea”, en: Benjamin, *Libro II, Vol. 2, Obras, Ensayos estéticos y literarios*, Abada, España, 2009, p. 316.

<sup>123</sup> Se conoce de tendencias iconoclastas al menos en tres ámbitos diferentes: al iconoclastía en el periodo bizantino, donde a través de tratados religiosos se proclamaba la prohibición de creación de imágenes con motivos religiosos y la destrucción de las existentes; en el ámbito islámico, donde los creyentes religiosos tienen prohibido representar a su dios; y en el ámbito protestante, donde por la prohibición de adoración a imágenes también llegaron a haber olas de destrucción de imágenes e incluso edificios religiosos.

Huberman ha englobado estas figuras bajo la etiqueta del *montaje*<sup>124</sup>. Para hacerlo, recurre tanto a las posibilidades de la fotografía como a los *collages* y sobre todo a un ejercicio realizado por un historiador del arte llamado Aby Warburg: el atlas *Mnemosyne*<sup>125</sup>.

El montaje en Didi-Huberman es una categoría amplia que se basa, a grandes rasgos, en hacer valer el estatuto de las imágenes existentes frente a otras o frente a un contexto dado, de tal manera que se generen con ello nuevas imágenes que nos permitan explicar no solamente las imágenes en cuestión y el fondo en que se inscriben, sino que principalmente nos permiten tomar posición a nosotros como espectadores<sup>126</sup>. El montaje, visto desde Didi-Huberman, es el modo por excelencia a través del cual se muestran los conflictos, las paradojas, los choques que tejen toda historia. A partir del montaje ya no hay una historia única, puede juntar formas heterogéneas sobre un mismo plano. Así, la información se descompone. Ésta renuncia a una visión global o totalizante. El montaje se compone de fragmentos que se quedan como fragmentos interviniéndose unos con otros, haciendo referencia a un origen que a su vez se muestra ya no como como originario, sino como algo móvil, nómada. El montaje es una contingencia que se queda ahí como contingencia. Es decir que muestra que la imagen es resultado siempre de una contingencia y, con esto, no propone imágenes acabadas, sino que expone y ejemplifica la forma en que las imágenes pueden ponerse en movimiento, pueden hacer choques con otras imágenes y pueden, por ello, liberar nuevos sentidos. Se presenta entonces como una imagen crítica que nos permite ver que en la imagen siempre hay algo que depende de nuestra mirada.

Este *montaje* del que habla Didi-Huberman, bien podría ser entendido más bien como *desmontaje*. Como con la genealogía, éste nos obliga a buscar o, en determinado caso, a inventar las relaciones entre los elementos en cuestión. Ya sea como contrastes, negaciones, asociaciones, se tejen las

---

<sup>124</sup> Didi-Huberman, Georges, *Cuando la imágenes toman posición*, Antonio Machado Libros, España, 2008, *circa*. p. 76.

<sup>125</sup> El atlas *Mnemosyne* de Aby Warburg es un conjunto de tableros negros con diversas fotografías de obras de arte, objetos antiguos, insignias y símbolos, etc., acomodados de una forma particular a consideración de su creador. No se sabe exactamente con qué fin Warburg estaba componiendo esta obra ni su significado o sentido final porque la obra quedó incompleta a la muerte de Warburg, pero lo que sí es seguro es que se trataba de una forma de hacer teoría a través de las imágenes.

<sup>126</sup> Didi-Huberman, *Cuando la imágenes toman posición*, *circa*. p. 76.

relaciones entre las imágenes cuando éstas participan de una yuxtaposición mutua. El tejido que aparece evidencia el espacio entre las cosas y a las vez su fondo común. Todo está destinado a hacer sentido sólo en el momento en que es percibido por un receptor que nunca se considera ya inocente. Con esto, esta forma de operar está destinada desde un principio a las multiplicidades, separaciones, asociaciones, etc.

El montaje para Deleuze, específicamente hablando sobre cine, es la relación entre imágenes que permite la determinación del todo. Pero es necesario aclarar que este “todo” es en el sentido bergsoniano: un todo abierto y en permanente creación<sup>127</sup>. Es decir, el montaje permite la relación, la composición y el sentido de un fondo. En Benjamin, más bien podríamos rastrear este tipo de operaciones en los conceptos de imagen dialéctica y constelación, mismos que no sólo se quedan en una tarea sobre la imagen, sino que están relacionados principalmente con la tarea de la construcción de la historia humana. Estas operaciones permiten articular el pasado, no tratando de concebirlo como verdaderamente fue, sino como una apropiación de éste para hacernos cargo de nuestro presente. Frente a una historia contada como un *continuum* dentro de un tiempo vacío, la introducción de un *discotinum*, a través del descubrimiento del espacio de la imagen, permite la pluralidad de historias en un impulso tan salvador como destructivo<sup>128</sup>. En otras palabras, este tipo de ejercicios devolverían a las imágenes su movimiento, sacándolas de los clichés o, al menos, poniéndolos en movimiento y generando nuevas posibilidades.

Una vez que abordamos el *culture jamming* bajo estas operaciones, entonces podemos captar cómo éste permite y facilita ver la divergencia de los flujos, es decir, las fugas de las que hablábamos con Deleuze en el capítulo anterior. En el medio de las imágenes que se ponen en juego en los ejercicios de montaje/desmontaje se abre una brecha. Por esa brecha se derraman los flujos. Así es como las imágenes se ponen en movimiento y generan nuevas fuerzas. Las operaciones características del *culture jamming*, como lo son la apropiación, la yuxtaposición, la interrupción o la intervención, describirían de forma precisa algunas de las diferentes modalidades de la misma táctica. Por

---

<sup>127</sup> Deleuze, *La imagen movimiento*, Paidós, España, 1984, *circa*. Cap. 3.

<sup>128</sup> Benjamin, Walter, *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*, Itaca, México, 2008, *circa*. tesis XV-XVI.

supuesto, tampoco es algo que haya sido inventado con el *culture jamming*; es una operación que tiene relevancia por sí misma. Recordemos las distintas raíces a partir de las cuales ahora es posible rastrear una línea histórica precisa. Específicamente, dentro de la historia del arte del siglo XX, este tipo de operaciones ocupan un lugar particular que la pone en diálogo con la cultura popular y la propaganda. A partir de ellas, al arte le fue permitido actuar de forma alegórica sobre las dinámicas que componen la vida cotidiana, sacando la discusión de los ámbitos especializados e institucionales del arte<sup>129</sup>.

Ahora bien, el *culture jamming*, como se explicó en el primer apartado, ya no se sitúa en el ámbito del arte para, desde ahí, ejercer su crítica, sino que más bien se vale de la posibilidad actual de que cualquiera pueda hacer sus imágenes, para hacer valer su fuerza. Es decir, en el *culture jamming*, aquellos elementos que son retomados en sus operaciones forman parte de una historia que se construye a la vez que se realiza esta operación. Ahora la cultura popular, la cultura de masas, ya no se observa desde ninguna esfera separada, sino desde dentro. Todo aquello que se realiza desde ese lugar involucra, en ese sentido, la historia misma de los que lo realizan; pone en juego no sólo la interpretación del artista o productor, sino que borra esta figura, y se coloca desde la del usuario; se sitúa dentro de lo que Brian Holmes llamaría el carácter geopolítico del “hazlo tú mismo”<sup>130</sup>. Actúa al mismo tiempo en varios regímenes de experiencias, tanto en el ámbito de lo estético como en el de la vida cotidiana y, con esto, transformando la definición de la vida y, por lo tanto, actuando políticamente<sup>131</sup>.

En ese sentido, el *culture jamming* ya no es sólo un ejercicio más de montaje, sino uno que nos puede ayudar a situarnos intencionalmente en nuestra historia y cultura actual; es decir, que se inserta en la historia con el propósito directo de recomponerla y generar transformaciones sobre el

---

<sup>129</sup> Buchloh, Benjamin, *Formalismo e historicidad*, Akal, España, 2004, *circa*. p. 87.

<sup>130</sup> Holmes, *Do-it-yourself geopolitics*, en: <http://brianholmes.wordpress.com/2007/04/27/do-it-yourself-geopolitics/>

<sup>131</sup> Se está asumiendo aquí la postura de Jacques Rancière, para quien la política es primordialmente una cuestión estética. Se trata de un régimen estético específico en cada caso lo que determina qué actores aparecen y tienen participación, y cuáles no, en las discusiones políticas y, por lo tanto, las decisiones de cualquier Estado (Rancière, Jacques, *El desacuerdo. Política y filosofía*, Nueva visión, Argentina, 1996, *circa*. p. 98.).

campo social jugando con los mismos elementos con los que éste se ha compuesto. El *culture jamming*, recordemos, siempre se vale del reconocimiento de los elementos que utiliza, pero los expone como procedencias que a su vez tienen otras procedencias y que también están sujetas a devenir, es decir, a provocar nuevas direcciones al entrar en relación con otros elementos. De ahí que podamos atrevernos a decir que podríamos identificar sus operaciones con lo que Nietzsche habría desarrollado como táctica genealógica.

Si bien el montaje, y demás operaciones sobre la imagen que hemos descrito aquí, de entrada ya rompen con cualquier rasgo de totalidad, rompen con la autoridad, exhiben los puntos en común y discrepancia entre sus elementos, etc.; el tipo de ejercicio que el *culture jamming* retoma es aquél que no sólo realiza eso, sino que, diríamos, permite una explicación del contexto y de sus causas desde el momento en que no sólo es una crítica, sino que también se asume como parte del objeto que critica. En este caso, los más duros argumentos en contra del *culture jamming* se ponen a su favor, pues no es sino formando parte de aquello que critica como el *culture jamming* puede ejercer su poder de fuga. Pero además, ya no sólo se trata de la crítica, ni sólo de permitir las fugas, sino también de dar cuenta de una procedencia y asumirla, tomando en cuenta que esta procedencia es compartida, que se juega en la vida cotidiana y popular de las masas y no en una esfera separada de ellas. Es algo que se ha ido construyendo poco a poco y que está presente en la vida diaria actual. Todos cargamos con ese imaginario, lo componemos, lo sostenemos y lo modificamos.

Debord y Baudrillard nos ayudaron a pensar la imagen de otra manera. A pesar de sus denuncias, ninguno de ellos planteó jamás que había que evadir a la imagen. Más bien nos situaron en nuestro contexto, problematizándolo –ya abordamos esto en los capítulos anteriores. Ahora, a partir de lo que nos dejaron, habría que darle sólo un giro al espectáculo y la simulación para aceptar, con Nietzsche, que nunca hubo nada que no fuera ya espectáculo o simulación. De otra forma, podríamos caer en posturas reaccionarias (léase reactivas) como, por ejemplo, la de Giovanni Sartori, quien bajo la etiqueta de *Homo videns* denunciaba que el peligro de la imágenes era que el espectador, por dejarse llevar por la imagen, no piensa. La imagen, para Sartori, representa una

involución del *homo sapiens*<sup>132</sup>. Para él, el espectador se vuelve presa fácil de cualquier tipo de manipulación mediática ahora que las tecnologías de la información se han vuelto cada vez más omnipresentes. Pero he aquí que Sartori se sigue pensando como si él estuviera fuera de esta lucha de fuerzas, como si su propia crítica no estuviera inserta en un mundo de imágenes. Piense o no el espectador, eso no lo sustrae de la lucha de fuerzas que se lleva a cabo en la imagen a través de los medios. Eso es lo que hay que afrontar.

No es que haya una realidad detrás de la imagen. Más bien, habría que desmontar el concepto de imagen y ver las posibilidades que ésta nos trae. Pero ¿cómo hemos de hacer esto? A través de imágenes. En todo caso, ¿no habría también un pensamiento en imágenes? Quizá ésta es la tarea que se ha propuesto el *culture jamming*. En sus operaciones, ésta práctica nos revela cómo es la imagen, cómo actúa y cuál es su fuerza e incluso su misterio. Esto que ha inquietado a los filósofos, y cuya discusión podría remitirse incluso desde la denuncia de las apariencias en el alegoría platónica de la caverna<sup>133</sup>, cobra una importancia fundamental ahora, pero lo hace desde un lugar distinto. El montaje y el desmontaje nos permiten ahora pasar a un análisis directo de la imagen. La potencia que siempre ha tenido la imagen quizá está apenas por revelarse como tal a través de este tipo de prácticas que la desmembran y la ponen al alcance de antes quizá sólo se vivía como espectador, contemplador o adorador. Con este tipo de ejercicios genealógicos, la vida de la imagen podría cobrar un nuevo giro autorreflexivo.

### 3.4 Imagen

Brevemente, veamos qué es una imagen y cómo se constituye ésta:

Como Aristóteles la definió, la imagen es aquello que se puede presentar con potencia y acto, en las sensaciones, pero también sin ellas en la imaginación<sup>134</sup>. Con potencia y acto se da en los sentidos. Recordemos que, para Aristóteles, cada órgano sensorial es capaz de recibir la cualidad sensible sin

---

<sup>132</sup> Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, España, 1998, p. 36.

<sup>133</sup> Platón, *Diálogos IV, República*, Gredos, España, 1988, *circa.* libro VII.

<sup>134</sup> Aristóteles, *Acerca del alma*, Gredos, España, 1978, *circa.* 428a.

la materia. Así, por ejemplo, los ojos tienen en potencia la percepción de la imagen, pero no es sino hasta que la imagen en acto se da que tenemos la visión<sup>135</sup>. Es decir que, en primer lugar, la imagen como sensación no es algo separado de la mirada. Es algo que se construye cuando entra en relación con el espectador. Como lo pondría Merleau-Ponty, un filósofo mucho más cercano a nosotros temporalmente: “Ver es entrar en un universo de seres que se muestran, y no se mostrarían si no pudiesen ocultarse unos detrás de los demás o detrás de mí”<sup>136</sup>. La visión, entonces, es un acto de dos caras, es un acto tanto del objeto que se muestra como del que lo observa. La visión se da en un horizonte de sentido donde cada cosa observada viene a juntarse con las demás para dar un orden al mundo en ese momento.

La visión, evidentemente, es sólo uno de los cinco sentidos. Generalmente se tiende a asociar la palabra “imagen” con este sentido, sin embargo, como veremos en adelante, las funciones y resultados de los demás sentidos están sujetos a la misma dinámica. Tal parece que en una época como la nuestra, donde todo pasa por el orden de la imagen visual, nuestro vocabulario tiende a dirigirlo todo hacia ella; recordemos que, incluso desde Aristóteles, la vista es el sentido por excelencia. Sin embargo, habría que aclarar que, en lo que sigue, lo dicho aquí sobre la imagen más bien abarcaría a la totalidad de los sentidos. Aunque pareciera que con “imagen” siempre nos referimos solamente a lo que se está ante los ojos, la imagen no es otra cosa que aquello que se nos presenta y choca con cualquiera de nuestros sentidos, aquello que nos confronta. La importancia de la imagen, en este sentido, es que refiere siempre a lo contingente o lo accidental, en contraposición a lo necesario o sustancial. Y, sin embargo, la imagen tiene más aristas que no se cierran solamente a lo efímero y fugaz, sino que se despliegan en diferentes facetas que abordaremos a continuación.

A partir de la sensación, la imaginación puede originar imágenes también. Ésta sería una segunda faceta de la imagen que sigue a la primera, como mera sensación. De nuevo con Aristóteles, la imaginación es una potencia o disposición en virtud de la cual se origina una imagen en nosotros, sin potencia ni acto<sup>137</sup>. La imaginación podría ser definida como la capacidad de generar imágenes

---

<sup>135</sup> *Ibidem*.

<sup>136</sup> Merleau-Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, Origen/Planeta, España, 1985, p. 89.

<sup>137</sup> Aristóteles, *Del alma*, circa. 428a.



remitiendo siempre a algo no presente. La imagen sería definida entonces como un cúmulo de información que se presenta de una sola vez, pero que a partir de entonces se queda grabada en una memoria y ello permite generar a su vez infinitas más imágenes. Es decir, la imagen es resultado siempre de una confluencia, de una contingencia –una imagen es una afección, un choque de fuerzas, un acontecimiento–, pero es uno que tiende a permanecer y diversificarse. En otras palabras, la imagen es, en primer lugar, un retrato de la actividad de los flujos; un extracto de su movimiento; una suspensión en el curso de las fuerzas; una instantánea del rizoma que componen los flujos; cortes de un tiempo homogéneo bajo la idea abstracta de una sucesión<sup>138</sup>. Como lo diría Georges Didi-Huberman, la imagen es lo que queda en todo movimiento<sup>139</sup>. Luego, la imagen apenas comienza a vivir después de ello.

Entonces, a la vez que la imagen es permitida por una fuerza que tiende a la permanencia, está al mismo tiempo en constante flujo porque el espectador también lo está. La imagen, como afección o producto de la imaginación está ligada siempre a los afectos. En términos de Deleuze, la imagen produce agenciamientos con el observador y mantiene relaciones de corriente y contracorriente con él y con todos los demás flujos que atraviesan a ambos. La imagen es signo siempre de una fuerza y a la vez es también una fuerza. Y, en la confluencia singular con el espectador, produce sentidos. El sentido siempre emerge en la confluencia. Es decir, si bien la imagen es siempre superficie, es ahí también donde está el sentido, pues “el acontecimiento es el sentido mismo”<sup>140</sup>. Podríamos pasarnos toda la vida asociando imágenes, viviendo en las imágenes. Pero no es sino cuando la imagen entra en relación con otros flujos que ésta se activa. Es decir, paradójicamente, la imagen, nacida en la contingencia, es la que permite dar cuenta del tiempo; no sólo porque tiende a la permanencia –imagen es memoria– sino porque las imágenes también se degradan, también tienen una vida. Y en esa degradación y cambio, permiten también dar cuenta del cambio y el movimiento.

---

<sup>138</sup> Esta última definición de la lista procede de Deleuze, leyendo a Bergson (Deleuze, Gilles, *La imagen-movimiento*, circa. p. 13).

<sup>139</sup> Didi-Huberman, Georges, *Supervivencia de las luciérnagas*, Abada, España, 2012 circa. p. 89.

<sup>140</sup> Deleuze, Gilles, *Lógica del sentido*, Paidós, España, 2005, p. 22.

La imagen es dura, porque siempre tiende a la permanencia, siempre tiende a perdurar. Pero a la vez es frágil, porque el paso del tiempo tiende a borrar las imágenes, a quebrar las memorias, a romper los soportes. La imagen está amenazada todo el tiempo por el paso del tiempo y por el paso de todo tipo de flujos que la quebranten. La sociedad actual se ha esforzado por conservar todas las imágenes posibles a través de todo tipo de sustratos que pueden ir desde cualquier especie de grabado o pintura hasta los actuales soportes digitales, y, con todo, la imagen pareciera ser cada vez más fugaz. Sin embargo, la imagen es invención que permite la invención. Por ello, la imagen puede utilizarse para componer un lenguaje y con ello instituir sentidos estables. Ésta sería una tercera faceta de la imagen. Cualquier sentido estandarizado de la imagen es una estatización de la misma. Hoy, a través de los dispositivos de información se intenta sostener y desarrollar un lenguaje de las imágenes. La información es el establecimiento de un sentido común<sup>141</sup>. En ello están basadas las tantas historias del arte, de la misma manera que las diferentes formas de clasificar las etapas o eras de la imagen<sup>142</sup>. Aquí englobaremos todos estos acercamientos clasificándolos dentro de la categoría de “imagen-soporte”. Es decir, por lo que se preocupan este tipo de teorías es solamente por aquellas imágenes que perduran a través de algún medio que las conserva de forma similar, pero separada de la forma en que lo hace la imaginación.

Si bien la imaginación retiene las afecciones, éstas son utilizadas siempre para generar más imágenes. En cambio, la imagen-soporte tiende a retener las imágenes en el estado en que fueron concebidas. Así, podemos encontrar distintos acercamientos o teorías acerca del grado en que, en diferentes épocas o lugares, se ha logrado más o menos este objetivo. El trabajo teórico sobre estas

---

<sup>141</sup> Deleuze y Guattari desarrollan este punto en el apartado “20 noviembre 1923 –POSTULADOS DE LA LINGÜÍSTICA” (Deleuze, Gilles y Guattari, Félix, *Mil mesetas, Capitalismo y esquizofrenia*, Pre-textos, España, 2002, *circa*. p. 81).

<sup>142</sup> Régis Debray llegó a ver que había tres *edades de la mirada*: Logósfera, Grafósfera y Videosfera. Estas edades se correspondían con los soportes de la escritura, del arte y de la reproducción técnica (Debray, Régis, *Vida y Muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, España, 1994). De la misma manera, más recientemente, José Luis Brea ha defendido que habría tres *eras de la imagen*: la primera es imagen-materia, la segunda, imagen film y la tercera *e-image*. Cada una de estas se corresponde con los soportes de la pintura, la película y el ordenador (Brea, José Luis, *Las tres eras de la imagen, imagen-materia, film, e-image*, Akal, España, 2010). Aunque según Brea, la *e-image* se acerca cada vez más a las imágenes mentales, es decir, las de la imaginación hay que decir que por mucho que sean altamente efímeras, éstas dependen siempre de un soporte y, en ese sentido, requerirían de un trabajo sobre ellas como el que desglosaremos en lo que sigue de este apartado.

“eras de la imagen”, por supuesto, no carece de importancia. Ellos nos devuelven a la discusión sobre la relación entre el espectador y la imagen. Si la mirada no es inocente es que porque está enmarcada en un horizonte que ha sido construido en el régimen de la imagen-soporte. “Miramos a la naturaleza con los ojos educados por el arte”<sup>143</sup>, diría Gadamer. Es decir que percibir es tomar algo como verdadero y no sólo recolectar sensaciones, pero además este régimen de realidad o verdad sobre el que percibimos está sustentado sobre ficciones que se comparten en determinadas épocas y lugares; y, en última instancia, sobre relaciones de fuerza.

Todos producimos imágenes. El solo hecho de estar frente a otro genera una imagen, porque la imagen se da en la relación. La producción de imágenes desde un primer momento es recíproca. En este momento de la historia, la imagen se ha revelado como aquello de lo cual el ser humano se ha valido para construir su propia historia y para dar cuenta de sí mismo no sólo a través del tiempo, sino para reconocerse también en los otros y, con ello, formar justamente la comunidad humana. El ser humano, al sentirse reconocido en la imagen se funde con ella y ejerce un llamado hacia los otros humanos a través de esta fusión. Lo que se juega, por lo tanto, en la imagen es el llamado hacia los otros hombres, diría Georges Didi-Huberman<sup>144</sup>. La imagen se vuelve, por ello, algo atractivo y algo que hay que cuidar si lo que se quiere es conservar nuestra memoria.

Ahora bien, la imagen es apariencia, captura, pero también es una fuerza activa, algo que irrumpe y destroza relaciones, es choque. La imagen permite las dos cosas a la vez. Siempre actúa en estos dos sentidos. En su misma proliferación, la imagen permite sus agenciamientos, desvíos. Ésta sería una cuarta faceta de la imagen. Ésta no puede dejar de generar nuevos acercamientos y, con ello, nuevas imágenes. Aunque el lenguaje de la imagen se mueve de una manera independiente a otros lenguajes o flujos, siempre produce agenciamientos con ellos y en esa confluencia se articulan las relaciones de los unos con los otros. El espectador produce agenciamientos con la imagen y ambos entran en relación con una maquinaria social-política. Por ello la imagen es también siempre colectiva, tanto la forma de leerla, como su destino material. De forma diferente al un tipo de

---

<sup>143</sup> Gadamer, Hans-Georg, *La actualidad de lo bello*, Paidós, España, 1977, p. 82.

<sup>144</sup> Didi-Huberman, *Supervivencia de las luciérnagas*, circ. p. 103.

discurso escrito u oral acabado, hasta ahora emparentado con las formas de hacer teoría, el trabajo que se realiza con la imagen supondría otras posibilidades. En primer lugar ya no se trataría de un discurso lineal que por más que pueda hacer referencia otras partes del propio discurso o a otros discursos, no tiene la posibilidad de caer de un solo golpe, como sí lo permite la imagen, ya sea como elemento óptico, auditivo o de cualquier otro orden sensorial. Éstos permiten saltos, mezclas, conexiones simultáneas, yuxtaposiciones, contigüidades más que continuidades.

Deleuze habría identificado este tipo de operaciones con una figura textual en especial capaz de actuar de un solo golpe. Esa figura es el aforismo<sup>145</sup>. Éste, de acuerdo con Deleuze, actúa siempre en relación a una exterioridad, con un campo de fuerzas en el que se irrumpe, se le hace estallar y se generan nuevas fuerzas. Tiene así también relación con una intensidad, una fuerza que siempre nos lleva más lejos a cada vez. Se podría decir que esta figura que Deleuze rescata de Nietzsche actúa como aquí se ha descrito a la imagen. Como con el lenguaje oral o escrito, lo que nos hace creer que el sentido de la imagen está ya dado es su sobrecodificación. La imagen tiende a caer en clichés<sup>146</sup>.

Sobre todo hoy en la época de las tecnologías de la información, aunque pareciera que todos tenemos la posibilidad de acceder a la imagen y a participar en la generación del mundo a partir de la imagen, por lo general sólo se crean imágenes a partir de estereotipos o estándares muy definidos. Para Deleuze, frente a la información siempre hay contra-información, pero ésta nunca es efectiva si no deviene acto de resistencia. Es decir, frente a la sobrecodificación de toda imagen, también habría siempre máquinas de guerra nómadas como movimientos hacia el exterior que no

---

<sup>145</sup> Deleuze, “Pensamiento nómada”, en: <http://estafeta-gabrielpulecio.blogspot.mx/2010/07/gilles-deleuze-pensamiento-nomada-sobre.html>.

<sup>146</sup> Roland Barthes, hablando sobre la imagen, señaló que hay una diferencia entre lo obvio y lo obtuso. Mientras que lo obvio se mueve en el ámbito de lo codificado culturalmente, lo obtuso es huidizo. Conlleva una cierta emoción, perturba, es un acento, una emergencia, un gasto inútil, está “fuera de la cultura, del saber, de la información”. Este sentido obtuso curiosamente Barthes lo equipara también con una figura literaria que en su caso es el *haiku* japonés (Barthes, Roland, *Lo obvio y lo obtuso*, Paidós, España, 1986, *circa*. p. 63).

permiten nunca el cierre total<sup>147</sup>. Son a este tipo de movimientos a los que se debe prestar atención si lo que se quiere es identificar la fuerza de la imagen sobre la que actúa el *culture jamming*. Evidentemente, esta fuerza se manifiesta de múltiples maneras y está en relación con todos los diversos flujos que componen la sociedad. Pero lo que se defiende aquí es que el *culture jamming* nos puede servir para hacerla explícita.

En resumen: habría 4 niveles o facetas de la imagen: 1) como mera sensación; 2) como evocación a algo no presente a través de la imaginación; 3) como imagen-sustrato a través de dispositivos de todo tipo que permiten no sólo el registro sino también la permanencia de las imágenes y, sobre todo, su codificación y sobre-codificación; y, finalmente, 4) como imagen-irrupción, la cual nos recuerda que la imagen-sustrato está también sujeta a la sensación, es decir, que no es nada sin el espectador; y, por lo mismo, a la imaginación, es decir, a una apertura permanente, a una creación constante. Sobre esta última parte es donde ha de girar el acercamiento genealógico al que hemos hecho referencia aquí.

La tesis es, pues, que el *culture jamming*, al actuar desde un enfoque genealógico ejerce una crítica a la imagen desde la práctica. Con las operaciones que realiza tiene la capacidad de desmontar cualquier imagen que pretenda postularse como verdadera, única o irrefutable. Al mismo tiempo, permite nuevos órdenes o regímenes que se organizan de acuerdo con una irrupción que surge cuando se pone en cuestión una imagen dada. Es una forma de creación de imágenes y a la vez una forma de desviación de otras; en otras palabras, una forma de poner en movimiento a las imágenes, provocando a la imaginación y reanimando la relación entre el espectador y la imagen como lucha de fuerzas. Pero recordemos también que, como ejercicio genealógico, nunca se hace esto de una vez y para siempre, sino que se trata de una práctica que se apega a la eventualidad, que se ocupa siempre de casos específicos y que genera, por lo mismo, resultados singulares de acuerdo con la

---

<sup>147</sup> Textualmente, para Deleuze y Guattari, la máquina de guerra “sería como la multiplicidad pura y sin medida, la manada, irrupción de lo efímero y potencia de la metamorfosis. *Deshace el lazo en la misma medida en que traiciona el pacto*. Frente a la medida esgrime un *furor*, frente a la gravedad una celeridad, frente a lo público un secreto, frente a la soberanía una potencia, frente al aparato una máquina” (Deleuze y Guattari, *Mil mesetas*, p. 360).

situación. Trabajemos esto, pues, con localizaciones concretas que nos permitan dar cuenta de cómo el *culture jamming* puede ser considerado una táctica genealógica.

### 3.5 Localizaciones

No podemos concluir la reflexión sobre lo que podría aportar la visión del *culture jamming* como táctica genealógica si no abordamos esta cuestión a través de localizaciones concretas, precisamente porque no es suficiente mostrar una regla general sobre la forma en que opera el *jamming*, pues en cada caso hay una gran cantidad de factores en juego, hay cuestiones específicas que se ponen en sobre la mesa a cada ocasión. De esta manera, los casos que se exponen a continuación no sirven como meros ejemplos de aplicación, sino que sirven como parte de la caracterización del *culture jamming* como táctica genealógica.

#### 3.5.1 Logos

En primer lugar, para ver la forma en que el *culture jamming* ha servido para dar cuenta de la historia a la vez que participa de ella, podríamos remitirnos al trabajo de una artista visual y activista mexicana llamada Minerva Cuevas<sup>148</sup>. Esta artista comenzó su trabajo en la década de los 90. En aquel momento, la revista *Adbusters*, por ejemplo, ya era conocida y las prácticas del *culture jamming* eran relativamente comunes. Uno de sus primeros trabajos, en 1998, consistió en hacer una corporación simulada bajo el título de *Mejor Vida Corp. (MVC)* a través de la cual ofrecía productos gratuitos. Algunos de estos productos eran boletos del metro de la ciudad de México, códigos de barras descargables a partir de los cuales se podía reducir el precio de algunos alimentos en determinadas cadenas reconocidas de supermercados, cartas de recomendación falsas,

---

<sup>148</sup> Evidentemente, hay un campo de exploración en la historia de cómo se apropió la noción del *culture jamming* en México, cómo llegó, qué relaciones se podrían entretener con las instituciones y circuitos nacionales de arte, la contracultura en México, la piratería incluso. Estas discusiones podrían resultar interesantes si a alguien le interesara tratar de encontrar o construir la caracterización de una especie de “*jamming* mexicano”. Sin embargo, en este caso, saltamos deliberadamente a los casos a fin de mostrar las dinámicas genealógicas que se describieron en los tres apartados anteriores y será a partir de la localidad de ellos, que conlleva un involucramiento de contexto geográfico, social y político por parte del autor de este texto para con los casos tratados, que cada uno arroje sus propios lazos históricos que lo definan.

credenciales ficticias de estudiante para obtener descuentos, “semillas mágicas” de diferentes tipos de plantas sorpresa para sembrarlas en casa, etc. Aunque al principio esta artista realizaba estos actos como experimentos individuales, éstos evolucionaron como un proyecto social y político que dio nacimiento a la corporación, con oficinas en la Torre Latinoamericana, en México D.F. y una página de *Internet* como base de sus operaciones.

Por venir de una corporación, los productos gratuitos de *MVC* servían como un cuestionamiento a lo que significa una institución de esta naturaleza en general. Uno no espera que una corporación ofrezca productos de forma totalmente altruista. De acuerdo con la misma artista, *MVC* trabajó como un analista social de contextos determinados “accionando la gratuidad como condición inicial para la articulación del intercambio, un intercambio humano, social y no comercial”<sup>149</sup>. *MVC*, por supuesto, jugaba con las lógicas de las empresas multinacionales manejando un logotipo pirata que salió del *clipart* de programas de cómputo populares como *Word* o *Power point*. De igual modo, su página *web* contaba con la apariencia de un sitio comercial como cualquier otro con categorías como: productos, servicios, corporativo, etc. La idea básica sobre la que se sostiene este proyecto es la del *culture jamming*: infiltrarse en el sistema y utilizar sus mismos mecanismos para subvertirlo desde dentro.



Interfase de la página *web* de *MVC*, <http://www.irational.org/mvc/espanol.html>

<sup>149</sup> Cuevas, Minerva, *Por una interfaz humana – Mejor vida Corp.*, 2003, en: <http://www.irational.org/minerva/texts.html>

Minerva Cuevas utilizó este tipo de tácticas durante la primera parte de su trayectoria, haciéndose relativamente conocida por sus diferentes alteraciones de logotipos reconocidos<sup>150</sup>. En México, algunas de las imágenes alteradas son las de *Melate*, la famosa agencia de pronósticos, que supuestamente tiene como fin la asistencia pública; y el *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*, en cuyos censos y estadísticas sólo tienen cabida las personas con viviendas fijas por fines prácticos. En ambos casos, lo que denunciaba la artista era la alta desigualdad y pobreza que se vive en nuestro país frente a un relato contrario que tiende a contarse desde las instituciones. La imagen de estas instituciones le sirve a Cuevas para dar cuenta y hacer visible la desigualdad. Lo genealógico de este tipo de ejercicios consiste en que se inscribe dentro de las lógicas que desmonta. Al mismo tiempo que sirve como denuncia o crítica, muestra el artificio que sostiene a la corporación y sus discursos. Se hace notar lo que con Nietzsche llamaríamos una voluntad de poder, en este caso, un control que se quiere ejercer sobre alguna población. Estos logotipos tan repetidos y popularizados se exponen como una voluntad de impregnar las mentes para dejar grabados los símbolos y así ejercer influencia sobre ellas. Luego, la fijación de estas imágenes puede servir para cualquier fin. Es ahí donde entra en acción el efecto del *jamming*.



Cartel de campaña *INEGI*, <http://www.irational.org/mvc/espanol.html>



Cartel de campaña *Melate*, <http://www.irational.org/mvc/espanol.html>

<sup>150</sup> Con fines meramente estéticos, en el título de este apartado se juega con la ambigüedad que sugieren las diferentes acepciones de la palabra “logos”. Por un lado, evidentemente se hace referencia a la abreviación coloquial de la palabra “logotipos”, tema del que se ocupa este apartado. Pero, por otro lado, queda aquí sólo insinuada aquella otra acepción que nos remite a la Antigua Grecia, y toda la tradición filosófica sobre el término. Este mismo juego de palabras, sin embargo, ha sido utilizado también por Christine Harold, quien defiende directamente que algunas de las manifestaciones del *culture jamming* pueden ser vistas como “anti-logos”, tomando en cuenta toda la carga simbólica que trae consigo esta palabra en filosofía (Harold, *OurSpace*, circa. cap. 2).



El mismo tipo de operación fue utilizado por la artista para diferentes exposiciones alrededor del mundo. Un ejemplo conocido es la modificación que realizó del logotipo y envase de los productos de la marca *Del Monte*. En esta pieza, Cuevas convierte el logotipo colocando unos cráneos encontrados con la forma de un jitomate y añadiendo las leyendas “Guatemala”, “Criminal” y “Luchas por la tierra”. Cuevas decidió realizar esta intervención al logotipo debido a que investigó que uno de los principales países latinoamericanos donde *Del Monte* realiza sus operaciones ha sufrido un grave deterioro ambiental y social a causa de las prácticas de la multinacional. “Las mejores tierras en Guatemala son administradas por *Del monte fresh produce, Dole* y *Chiquita*. Éstas son compañías criminales habiéndose beneficiado de las guerras de la *CIA* que dejaron a la gente de norte y centroamérica ensangrentada y empobrecida”<sup>151</sup>. El trabajo de la artista poco a poco ha ido mutando conforme se presentaba en diferentes lugares del mundo. Lo que suele hacer, es realizar una labor de investigación acerca de alguna situación problemática local y exponerla a través de reminiscencias simbólicas, tal como lo hizo con *Del Monte*. El efecto genealógico que tiene su obra consiste siempre en visibilizar contradicciones, sinsentidos, caprichos, etc., que se ocultan detrás de símbolos estandarizados y comunes para una población determinada.



Logotipo de la marca De Monte, alterado por Minerva Cuevas, <http://www.irational.org/mvc/espanol.html>

---

<sup>151</sup> Este texto se puede leer en las latas vacías que Cuevas expone generalmente junto a su pieza mural del logotipo de *Del Monte*.

Los casos manejados hasta aquí de las piezas de Cuevas remiten directamente a una de las típicas prácticas del *culture jamming*: la modificación de logotipos o imágenes estandarizadas y fácilmente reconocibles a nivel social<sup>152</sup>. Sin embargo, esta práctica que no sólo ella, sino muchos otros ocuparon en hace años, pronto se volvió una fórmula fácil de apropiarse y ser utilizada con fines comerciales. En México, la marca comercial *NaCo* es un perfecto caso de ello. Ésta última es una marca de ropa comercial creada en 1999, en Tijuana México, que vende distintos artículos como camisetas, gorras, mochilas, entre otros, siempre bajo la tendencia de rescatar símbolos culturales nacionales y populares como fuente de inspiración. Esta marca aprovecha la fuerza sobrecodificada de los símbolos para reconducir hacia el capital cualquier posibilidad de fuga que pudiera haber en ellos. Como ejemplo, podríamos remitirnos a la famosa camiseta de la marca utilizando el logotipo de la aún más famosa banda australiana de *hard rock* y *heavy metal*, *AC/DC*. Al apropiarse de un símbolo tan conocido de la cultura popular y asociado generalmente con el tipo de música llamada *rock n' roll*, cualquier asociación transgresiva que en algún momento pudiera haber tenido este género en sus diferentes vertientes quedó convertido en un objeto más de consumo. De igual manera, la palabra “naco”, que en el vocabulario coloquial de México se utiliza para designar a personas de bajo nivel económico o con mal gusto –algo que evidentemente rompe con los valores de una clase social y cultural alta–, se convierte en una marca. Más evidente aun es aquella camiseta con la imagen estereotipada del reconocido revolucionario Ernesto “*Che*” Guevara combinada con la de un conocido payaso televisivo mexicano llamado *Cepillín*. El resultado es una bizarra imagen donde se alcanza a reconocer a los dos personajes bajo el título de *Ché-pillín*, demantelando y de alguna manera subvirtiendo el poder de las imágenes, pero, repito, solamente para recuperar cualquier fuerza que ponga en riesgo el sistema en su totalidad para reducirla y reordenarla hacia la compra.

---

<sup>152</sup> La obra de Minerva Cuevas, claramente está también en diálogo con la historia del arte, por ejemplo, las latas de Andy Warhol o incluso la *Mierda de artista* de Piero Manzoni. Algunas de las prácticas de los artistas del *pop* y muchas del arte conceptual también podrían muy bien ser vistos como ejercicios genealógicos, o al menos de denuncia o desmontaje de ciertas lógicas industriales. Lo que aquí se defiende no es que el *culture jamming* sea la única forma de llevar a cabo este tipo de crítica, sino que es una que busca ponerse en contacto directo con la sociedad, pudiendo estar o no dentro de un museo. Esta discusión ha recorrido toda la tesis y volveremos sobre ella en el último apartado de este capítulo.



Estampado de camiseta de la marca *NaCo*.



Estampado de camiseta de la marca *NaCo*.

Entonces, ¿qué era lo que quería decir esta operación de modificación de imágenes populares en el *culture jamming*?, ¿fue acaso sólo un brote de resistencia anticapitalista que fue pronto absorbido? Ésta es la lectura que se suele hacer para restar importancia a este tipo de manifestaciones. Ya hablamos de ello en el capítulo anterior. Pero, una vez más, dejemos que se nos muestre una tesis más fina: y es que cuando el *culture jamming* se abocaba a desviar logotipos e imágenes estandarizadas, lo que intentaba era dar cuenta de cómo las corporaciones y los medios en general estaban esclavizando la vida, sí; pero a la vez daban cuenta de que todos somos de alguna manera hijos de aquellos instrumentos, crecimos con ellos y en parte gracias a ellos. Se le critica al *culture jamming* que hace perdurar las marcas, pero justamente éste no podría ejercer su fuerza si no es a costa de la utilización de imágenes ya conocidas. Lo que hay que entender en este punto es que esta táctica del *culture jamming* no es sólo una forma de combate, ni siquiera sólo una forma de poner en cuestión el estado de las cosas. Es una forma de dar una explicación de sí mismo y de colocarse en medio de la construcción de la historia; una característica que comparte, pero que no queda implícita en el montaje. El montaje puede ser aleatorio, incluso inocente, pero la genealogía es un ejercicio situado, dirigido e intensivo. Esta táctica no remite solamente a la fuerza del capital que se apropia de todo cuanto puede para volverlo mercancía, sino que remite a la fuerza de nuestro propio

deseo o voluntad que nos ha mantenido apegados a las marcas y sólo a través del cual podemos liberarnos.

Recordemos que, con Deleuze<sup>153</sup>, lo que sostiene la axiomática capitalista es la axiomatización del deseo, como si todos los flujos tendieran a él; operando como un deuda infinita, el deseo sin necesidad de creencia. Es decir, es cierto que los anuncios publicitarios de la cultura comercial, con todas sus reasimilaciones posibles, también nos recuerdan que por lo único que vivimos es por este tipo de estímulos, sólo que éstos nos proponen una forma específica de llenar la voluntad, de satisfacer el deseo. Tarde o temprano ese deseo resurge y, de hecho, la cultura comercial se alimenta de ello; convirtiéndose así en una cultura del consumo. El consumo entonces será infinito mientras sigamos bajo la voluntad gregaria de creer que en el capital, la acumulación, está la fuerza activa. La táctica genealógica del *culture jamming*, de forma distinta a esto, lo que muestra es una fuerza que está creciendo por propia potencia: la fuerza de la imagen.

En el *culture jamming*, entonces, a la vez que se muestra la fuerza de la imagen, también se la hace emerger. En eso consistiría su labor genealógica. Recordemos que la importancia de la genealogía en Nietzsche consiste en dar cuenta de que todas las cargas afectivas con las que está cargado el lenguaje siguen ahí de alguna manera. Es decir, que toda construcción cultural tiene un sentido. Y ese sentido está relacionado con la fuerza con que emergió una palabra o un signo. Es decir, no sólo se conectan las similitudes del lenguaje, sino que se les da un sentido de acuerdo a la forma en que son usadas en el presente y en las que han sido usadas sus predecesoras. En este caso, lo que se manifiesta es la potencia de la imagen para atraernos y, no sólo quedar grabada en nosotros y nuestros productos, sino para hacer emerger nuevas imágenes. La genealogía implica una interpretación, pero ésta no está aislada del contexto desde el que se ejerce. Se realiza por asociación y contraste. Pone sobre la mesa la cuestión del valor y la jerarquía de las imágenes para que el espectador sea confrontado. Así, logra insertarse en la historia y, desde dentro interpretarla a modo que ésta se vuelva un proceso inacabado y sobre todo un proceso activo, afirmativo, de creación constante.

---

<sup>153</sup> Deleuze, *Derrames*, circa, clase VI.

La genealogía, como se había dicho, se trata de una táctica crítica que no busca un origen o una esencia, sino que, al contrario, desfunda cualquier intento de ello. En ese sentido, en gran medida el *culture jamming* utiliza esta táctica también como una forma de creación a partir de la premisa de que todo origen es un artificio. No se trata, pues, de rescatar una autenticidad, una autonomía que ha sido corrompida, vendida, manipulada; sino más bien de aprovechar el efecto que ya tienen los elementos para desviarlos y principalmente para multiplicarlos, diversificarlos. Al contrario de ver la resistencia como una defensa a ultranza de una salvación o de una liberación; la exhibición de la procedencia remueve lo que se pensaba inmóvil, puesto que la procedencia no es algo que se acumula; “es más bien un conjunto de pliegues, de fisuras, de capas heterogéneas que lo hacen inestable y, desde el interior o por debajo, amenaza al frágil heredero,”<sup>154</sup> tal como habría caracterizado Foucault a la genealogía.

El *culture jamming*, tanto como la publicidad, las interfaces virtuales y todos aquellos elementos que operan dentro del sistema, trabaja al nivel de la imagen. Sin embargo, la diferencia está en que las últimas, de forma distinta al *culture jamming*, actúan como fuerzas contenedoras, tratando de canalizarlo todo a la axiomática del mercado. La diferencia no es sólo de objetivo, más bien está en que una tiene un objetivo y la otra no lo tiene o, dicho de otra forma, el objetivo es la propia operación. La diferencia está en la base de su motivación. No es que sea mejor o peor una u otra opción; la de la resistencia como control o como subversión. Es sólo que, como lo habría caracterizado Nietzsche, la primera de ellas pone las fuerzas al servicio de una voluntad gregaria y sumisa. Debilita las fuerzas, pues no sólo las contiene y orienta, sino que las apaga al llevarlas sólo hacia el consumo y, con ello, ofrecer una satisfacción no sólo sedante sino deletérea. Es lo que Nietzsche habría caracterizado como moral de esclavos.

El análisis genealógico, como lo describe Foucault<sup>155</sup>, muestra el juego de fuerzas e incluso de una fuerza contra sí misma, imponiéndose. Se trata de pequeños giros, rizos, tropos, otra vuelta de tuerca cada vez, que dejan ver el devenir. Y es que de esta forma se deja ver que los mensajes de la

---

<sup>154</sup> Foucault, *Microfísica del poder*, p. 13.

<sup>155</sup> *Ibid*, p. 16.

publicidad tampoco son originales, puesto que, de hecho, son siempre el mismo: una orden. El *culture jamming* como táctica genealógica implicaría un esfuerzo por desmontar la lógica del mensaje publicitario y de toda la lógica capitalista. Pero esa operación sólo puede hacerse desde dentro; usando sus propias herramientas e infiltrándose en sus lenguajes. La genealogía en este caso queda expuesta en todos sus sentidos, como crítica, como práctica, como denuncia y desmontaje; pero también como búsqueda histórica documentalista que siempre requiere de las pruebas palpables para ejercerse como tal. A la vez, con todo ello se expone como forma de creación no solamente de esa historia, que no estaba ya dada sino que se construye, pero además de nuevas formas que a su vez permitirán a otros diferentes modos de creación; generando material puesto y dispuesto ahí para ser apropiado, intervenido, tasajeado, movido, desviado, sabotado, violentado, criticado y, por supuesto, también teorizado, narrado, historizado.

### **3.5.2 Cuerpo**

Aquí el asunto del capital otra vez se queda suspendido para dar cuenta, en este movimiento, de otro tipo de emergencias que se dejan ver a través de la táctica genealógica que ejerce el *culture jamming*. Es decir, los ejercicios del *culture jamming* pueden servir como operaciones que no solamente muestran las inconsistencias del sistema capitalista, sino que sirven para situarse en medio de diferentes debates que se mueven a la par. El *culture jamming* como movimiento al interior del sistema expone los flujos que se mueven en él. Puede desviar el debate sobre el capital, infiltrándose en sus fallas para dejar ver otra fuerza: la de la imagen. Pero, además de eso, deja ver cómo se ejerce esta fuerza y cómo entra en relación con otras de acuerdo al contexto en el que se inserta. Ordena todo de acuerdo con otros valores y jerarquías. Permite nuevas aproximaciones no cerrándolo todo al valor monetario aunque éste no se separe jamás completamente.

Para localizar lo anterior, podríamos remitirnos a una serie de espectaculares que la artista visual Lorena Wolffer produjo en el año 2000, en México. Esta artista los realizó en respuesta a una de las más famosas campañas publicitarias que ha habido en el país. Se trata de la campaña de *Palacio de Hierro*, una tienda de ropa departamental de prestigio. Las frases que utilizaba la campaña se

basaban en el uso de estereotipos de la mujer para vender la idea de una marca; por ejemplo: “El problema no es que me quede bien o mal, sino que ya me lo vieron”, “Hay dos cosas que una mujer no puede evitar, llorar y comprar zapatos” o “Sólo una frase separa a la niña de la mujer: No tengo qué ponerme”. En este caso las imágenes estaban ahí en forma de dispositivos de enunciación de estereotipos femeninos. Cualquier flujo que pudiera producirse a través de la imagen, simplemente era redirigido hacia el consumo. Había ya una imagen de la mujer que se quería retomar. No es que no haya creatividad en la campaña de *Palacio de Hierro*, es que su creatividad se ve subsumida a la axiomática del capital donde el efecto de la campaña se reduce a la obediencia de la compra. Fuera de eso no ofrece otra respuesta. Todo estaría equilibrado si no fuera porque hay una desproporción entre las cargas afectivas con las que trabaja la campaña y la respuesta que ofrece. Algo se derrama en esa diferencia. Lo que se derrama está tan relacionado con la dinámica de la imagen como con la axiomática del capital. Pero incluso podría decirse que de alguna forma revela su fondo.

Lo que hace Wolffer es exponer solamente la diferencia. En primer lugar se vale del reconocimiento de la primera campaña modificando el *slogan* de la marca. El “Soy totalmente Palacio”, que quisiera decir “pertenezco a una marca”, se convierte en “Soy totalmente de Hierro”, que quiere decir “soy inquebrantable”. Wolffer hace alusión a una fuerza que va más allá de la de una resistencia en sentido reactivo. No se trata de una resistencia desde el resentimiento porque no propone ninguna venganza en sentido directo sobre la marca. Tampoco se plantea desde una posición purista o abstencionista. No remite a valores morales ni tradicionales que haya que defender a la manera de un reaccionario. Se trata de una fuerza activa que toca una exterioridad y que proviene desde una potencia tan fuerte como lo es la voz de la mujer. Esta fuerza pervive y se derrama porque no puede ser capturada bajo ningún código. Y, sin embargo, una frase remite a la otra. No podría ser entendida la leyenda de Wolffer si no es porque ejerce un choque entre el nombre de la marca “*Palacio de Hierro*” y su *slogan*. La desviación lúdica es lo que le da la fuerza al resultado. Como lo diría Deleuze, se trata de una fuerza activa porque re-activa; pone en movimiento todas las fuerzas<sup>156</sup>. Se trata de un trabajo de montaje jugando simplemente con los

---

<sup>156</sup> De acuerdo con Deleuze, reacción no siempre equivale a resentimiento. Por el contrario, la fuerza de la acción hace que se precipiten las reacciones. El resentimiento se define más bien porque no reactiva nada. Deleuze analiza esta dinámica en el apartado “Reacción y resentimiento”, en *Nietzsche y la filosofía*.

elementos que ya estaban ahí. De la misma manera, las frases estereotipadas de la campaña se convirtieron en frases de contracampaña, como: “El problema es que pienses que mi cuerpo te pertenece”, “Lo curioso es que creas que puedes controlar mi imagen” o “Ninguna campaña publicitaria es capaz de silenciar mi voz”. Con esto Wolffer actualiza la imagen de la mujer aterrizándola en las dinámicas que enfrentan todos los días las mujeres mexicanas a las que va destinada la misma publicidad de la marca.

Lo único que hace es exponer que las fuerzas están libres, que no hay motivo para que se canalicen hacia el consumo. No es que le quite fuerza a la campaña anterior, sino que la utiliza para abrir sentidos. Wolffer se monta sobre la discusión feminista donde lo que está en disputa es el cuerpo de la mujer. Pero, una vez más, lo importante no es si logra liberar a la mujer o llevarla hacia una autonomía pura o, peor sería, hacia una igualdad con el género masculino; sino simplemente el gesto de la desviación. Lo importante es que muestra no solamente que la campaña publicitaria estaba ya montada sobre una imagen de la mujer que, para empezar, puede ser cuestionada, sino que además de eso muestra que se puede partir de otro lugar y generar otras lecturas, otras líneas de fuga. La campaña de la empresa termina siendo uno de los tantos dispositivos que cruzan el discurso de la contracampaña de Wolffer.

Si la contracampaña de Wolffer puede ser vista también como una operación genealógica es porque no solamente realiza la osadía de desviar el mensaje publicitario de una corporación, no es solamente una cosa de travesura; sino que, al golpear el mensaje lanzado por la campaña publicitaria, también nos recuerda no sólo que éste se basa en una ilusión –eso nos lo puede decir cualquiera respecto a cualquier publicidad–, sino que nos recuerda que sí hay otras fuerzas que le hacen frente a esa ilusión. Concretamente, no sólo el *slogan* de la marca fue desviado por Wolffer, sino también la imagen gráfica con que se acompañaba a cada uno de ellos. Mientras que los anuncios oficiales mostraban en todas las ocasiones mujeres con cuerpos y rasgos estereotipados de belleza poco comunes respecto a la mayoría de la población mexicana, los contraanuncios de Wolffer retomaban la imagen de Mónica Berúmen, una mujer morena y de rasgos mestizos en posiciones desafiantes.



Para Wolffer, lo que estaba en juego en esa campaña era la asunción de los distintos estereotipos de la mujer que se mostraban en los anuncios. Ella veía los anuncios de *Palacio de Hierro* como invitaciones hacia las mujeres para adoptar orgullosa o al menos cómodamente el papel de objetos de deseo ya no sólo de los hombres, sino de ellas mismas.<sup>157</sup> Repito, quizá nada estaría fuera de lugar si no fuera porque hay una divergencia entre ese papel que es ofrecido por la campaña y el contexto donde se inserta. La campaña no está sola y no entra directo en los espectadores como si éstos estuvieran aislados listos para su recepción. Se inscribe, más bien en una red de flujos de todo tipo, pero sobre todo, flujos de la ciudad y de los medios. Es en la modalidad de espectaculares donde la contracampaña de Wolffer aprovecha el espacio para ejercer otra fuerza. En las imágenes de la contracampaña, la mujer aparece siempre en contextos urbanos reconocibles y cotidianos. La fuerza que irrumpe para quebrar el estereotipo de la campaña oficial es simplemente la de la cotidianidad. La campaña es un buen caso de la apropiación de los medios desde el discurso de los usuarios y no ya de los productores armados con estrategias de mercado.

Uno de los espectaculares que Wolffer colocó en las calles llevaba por leyenda: “El problema es que pienses que mi cuerpo te pertenece”. Este contraanuncio parodia directamente a aquel otro que declaraba: “El problema no es que me quede bien o mal, sino que ya me lo vieron”. Usando el mismo ejercicio de la mirada, Wolffer voltea la afección para recordarnos justamente el poder de la mirada. En el espectacular de Wolffer la mujer se encuentra dentro de un transporte colectivo siendo observada y hostigada corporalmente por un hombre, cosa que resulta muy común para las mujeres que se transportan en la ciudad de México. Como lo relata la misma Wolffer, su contracampaña no se queda en simplemente contestar y objetar a la otra, sino que parte de ahí para adquirir una vía propia. La sensibilidad que toca la contracampaña de Wolffer ya no requiere en determinado momento de su antecesora, sino que se inscribe en una sensibilidad popular que tiene que ver con las dinámicas cotidianas de la gente imbuida en una sociedad como la nuestra donde a fuerza de rutina y repetición han terminado por normalizarse comportamientos que pueden ser cuestionados.

---

<sup>157</sup> Wolffer, Lorena, *Revirtiendo la mirada, Soy totalmente de hierro*, 2003. En: [http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/c/document\\_library/get\\_file?p\\_l\\_id=124144&folderId=124157&name=DLFE-2222.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/c/document_library/get_file?p_l_id=124144&folderId=124157&name=DLFE-2222.pdf)



Soy totalmente Palacio, Ana María Olabuenaga, 1999.  
Fuente: <http://impactopalacio.blogspot.mx>



Soy totalmente de hierro, Lorena Wolffer, 2000, <http://webcronic.com/wp-content/uploads/2009/02/problema.jpg>

Una vez más, si no fuera porque hay fuerzas que se resisten al adiestramiento y lo hacen desde su propia potencia y sin importar lo que tengan que romper, tal vez no habría disconformidad. Sin embargo, debido a que la sociedad se compone de los mismos flujos que intenta codificar todo el tiempo, las fugas son inevitables. Sobre todo, siguiendo a Deleuze, recordemos que lo que se juega en las relaciones de fuerzas es la definición de los cuerpos. “Dos fuerzas cualesquiera, desiguales,

constituyen un cuerpo a partir del momento en que entran en relación”<sup>158</sup>, dice Deleuze. Wolffer, de alguna manera, es consciente de esta dinámica y lo retrata específicamente en el cuerpo de la mujer, o lo que se ha construido como tal. “Como toda construcción cultural, el cuerpo es un territorio altamente codificado. (...) el cuerpo funciona como una suerte de espejo cultural, como depositario de las creencias aceptadas de una sociedad”<sup>159</sup>. En *La genealogía de la moral*, el cuerpo cumple una función importante. Para Nietzsche, toda conciencia es fruto de una mnemotécnica del dolor; es una memoria que cae sobre el cuerpo y llega a la razón<sup>160</sup>. Foucault eso lo rescata para describir la operación genealógica en general: “La genealogía, como análisis de la procedencia, se encuentra por tanto en la articulación del cuerpo y de la historia. Debe mostrar al cuerpo impregnado de historia, y a la historia como destructor del cuerpo”<sup>161</sup>. De esta manera, es posible ver la infinidad de flujos y relaciones que se ponen en juego cuando se articulan elementos como el montaje y la apropiación de la imagen. Tal es el gesto que realiza Wolffer al poner en juego no sólo los elementos pertenecientes al anuncio parodiado, sino todo el contexto donde se encontraba. Como lo diría Foucault: se trata de reintroducirse en el devenir desvelando los regímenes que atraviesan los cuerpos; haciendo resurgir el suceso como único y contable; una contra-memoria; un carnaval concertado donde la identidad se vuelve pluralidad<sup>162</sup>.

Wolffer había expuesto algunos de estos espectaculares en el museo Carrillo Gil de la Ciudad de México antes de lograr colocarlos en las calles, en avenidas transitadas de la ciudad. Si bien esta artista comenzó su intento dentro de los márgenes de la institución, la intención de las propias imágenes tenía que rebasar esos límites. Evidentemente, Lorena Wolffer se vale del montaje, se vale de la fuerza de las imágenes, y se vale de la institución artística para realizar su práctica. Pero no se queda ahí. “Viviendo en sociedades del deseo, donde la seducción es la moneda de intercambio más común, la apropiación de la publicidad -ese mecanismo dedicado a exaltar y propiciar deseos por parte de artistas me parece un tanto natural y orgánica pero, sobre todo, necesaria”<sup>163</sup>, dice Wolffer.

---

<sup>158</sup> Deleuze, *Nietzsche y la filosofía*, p. 60.

<sup>159</sup> Wolffer, *Revirtiendo la mirada*, p. 1.

<sup>160</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, circa. Tratado segundo.

<sup>161</sup> Foucault, *Microfísica del poder*, p. 15.

<sup>162</sup> *Ibid.*, p. 26.

<sup>163</sup> Wolffer, *Revirtiendo la mirada*, p. 3

Los flujos pasan a través de cualquier pretensión artística e incluso feminista, en este caso. Lo que se deja ver es una necesidad que va más allá y que está relacionada con la potencia y el devenir mismo de los flujos.

Los flujos se agarran de donde sea para encontrar una corriente, tomar fuerza de ella y continuarla. Si el lenguaje de la cultura comercial es lo que está disponible, eso es lo que le dará fuerza a los flujos de salida; y eso es lo que les dará legitimidad, historia, sustento. De ahí que el *culture jamming* pueda ser planteado como táctica genealógica, pues es una de las formas en que los flujos se puedan explicar a ellos mismos. Cuando hablamos de flujos estamos haciendo referencia a los movimientos sociales, pero también a los impulsos individuales que en ellos se ven involucrados. Los flujos que se derraman son aquellos que no encontraron cabida en el capital. Si el capital fuera total no habría derrames, pero paradójicamente tampoco fuerza que le diera impulso.

Evidentemente hay una amplia gama de manifestaciones diferentes dentro del *culture jamming*. Y lo que hay que rescatar, como se dijo desde el principio, ya no es si puede o no hacer oposición al sistema dominante, sino estos gestos en particular que le dan sentido dentro del abanico de prácticas de creación y resistencia que al mismo tiempo surgieron y de aquellas que le subsiguieron. Habría que entender el *culture jamming* como una irrupción, una emergencia, una manifestación, una expresión de las fuerzas irreductibles que componen tanto al sistema como a cada uno de nosotros, como cuerpos y como sujetos. Como lo dice Deleuze, leyendo a Nietzsche, no encontramos el sentido de nada si no sabemos la fuerza que lo mueve<sup>164</sup>. Tal es la tarea que contrajo el *culture jamming*. Y lo hizo quizá sin quererlo, sin planearlo, sin calcularlo, sino más bien montándose sobre lo que pudo; tal vez lo único que quedaba. Sus registros quedan como exhibiciones del malestar en el capitalismo y de que la lucha y la historia aún no terminan. De hecho, siempre está por comenzar.

---

<sup>164</sup> Deleuze, *Nietzsche y la filosofía*, p. 10.

### 3.5.3 Memoria

Los dos casos anteriores refieren a prácticas de finales de los años 90 y principios del siglo presente. Podría pensarse que aquellas prácticas fueron superadas, absorbidas o simplemente olvidadas. Pero baste recordar que desde el primer capítulo de este texto nos remitíamos ya a diversas manifestaciones y diversificaciones derivadas de las prácticas de aquella época. Tan solo podríamos mencionar el caso de *Occupy* y las diferentes manifestaciones multitudinarias de los últimos años, pero también los *memes* y otro tipo de iniciativas que van sobre los bienes comunes en la red. De acuerdo con lo planteado hasta aquí, el *culture jamming* no fue sólo una tendencia de finales del siglo pasado que pronto fue absorbida, sino una forma de operar que hoy se puede rastrear diseminada en diversas manifestaciones. A su vez, también se ha visto que no es la primera manifestación de este tipo, sino que, por el contrario, ésta se nutrió de una gran cantidad de prácticas anteriores. Pero lo importante de la tesis aquí defendida es que se toma el surgimiento y desarrollo del *culture jamming* como un punto de quiebre a partir del cual se puede captar una fuerza que va más allá de la típica oposición bipolar entre el consumo y el no consumo. Más bien, deja ver que todo está envuelto en una inclinación mayor hacia la imagen, una tendencia o fijación que quizá sostiene a la del consumo y que incluye desde la imagen de las marcas o corporaciones multinacionales, hasta la de nuestro propio cuerpo.

Lo que se ha expuesto hasta aquí es que la imagen puede servir para devolvernos la mirada hacia nuestra responsabilidad sobre nuestra propia historia y nuestro cuerpo. Pero, por supuesto, no se habla aquí de una responsabilidad en un sentido moralista, sino de responsabilidad en el sentido en que no va a haber quien más responda por nuestros actos que nosotros mismos, nadie más que pague ni que cargue con culpas. Recordemos que en *La genealogía de la moral*, hacerse cargo de cualquier tipo de deuda era el privilegio de los nobles. Sólo aquellos que no pueden pagar sus deudas se vuelven esclavos, pagan con su cuerpo o con el de sus parientes<sup>165</sup>. Tal es, se podría decir, lo que sucede con la mercancía, quedamos prendados de ella debido a que no podemos hacernos cargo de nosotros mismos. La importancia del *culture jamming* es que ha mostrado que la imagen

---

<sup>165</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, circa. Tratado segundo.

viene a convertirse en el punto de cruce de una serie de flujos de naturaleza diferente, políticos, económicos, biológicos, sociales, eróticos, etc. La imagen vendría a ser el elemento a través del cual podemos ejercer un viraje en la lucha de fuerzas, desmantelándola y volviéndola hacia nosotros mismos.

Actualmente, los debates que motivaron, por ejemplo, a Lorena Wolffer, siguen en pie. Una intervención de *culture jamming* que nos lo recuerda podría ser la realizada por *La Redretro* en la estación *Patriotismo* del tren subterráneo, *Metro*, en la ciudad de México. El día internacional de la mujer, 8 de marzo, se realizó una acción donde el nombre de la estación cambió a “Matriotismo” con la simple alteración de la primera letra. Además de esto, sobrepusieron la imagen de una matriz femenina que cubría el gráfico que identifica normalmente a la estación, el cual es una abstracción de la bandera nacional mexicana. La intervención gráfica fue acompañada de una lectura poética acerca de temas relacionados con la feminidad debajo de los letreros intervenidos. Con estas acciones que parecen sencillas, *La Redretro* utiliza la imagen para situarse en medio de debates actuales sobre el género, cosa que va más allá de las disputas sobre el capital; aunque las atraviesan, por supuesto. Además, la modificación no va solamente sobre el simple intercambio bipolar masculino-femenino en el nombre, sino que ponen en cuestión las bases del Estado-nación y todo lo que esa representación conlleva. Tampoco es que la intervención dé una respuesta o solución a ninguna problemática en concreto, sino que sencillamente abre cuestiones, abre opciones; pone en movimiento el imaginario cultural, dejando al espectador todo el trabajo reflexivo.

*La Redretro* se define como “un proyecto abierto de arte urbano”<sup>166</sup> que actúa a nivel mundial en los diferentes sistemas de transporte público a través de intervenciones simbólicas sobre la señalización que generen, de acuerdo con el contexto y la situación particular del lugar, reacciones en los usuarios para motivar, a su vez, la acción de éstos. Además de la transformación señalética, *La Redretro* incluye en ocasiones *performances*, poesía y distintos materiales gráficos para acompañar sus intervenciones. Para cada intervención, este proyecto se regenera, pues ésta se levanta sobre la participación de simpatizantes y voluntarios que desarrollan las acciones y sugieren nuevas

---

<sup>166</sup> En: <http://www.redretro.net/node/15>

intervenciones. “Redretro no es un colectivo, es un rizoma que toma sus decisiones en función de la celula de operari@s creada para esa accion concreta”<sup>167</sup>.



“Matriotismo”, intervención de *La Redretro* en el transporte público Metro de la ciudad de México, 2014, <http://www.redretro.net/node/61>

Como ellos mismos lo definen, *La Redretro* lleva a cabo subversiones semióticas, es decir, modificando los significados de las señales y abriendo la posibilidad a nuevas lecturas y narraciones de ellas a partir de los usuarios<sup>168</sup>. Sin embargo, hay que decir que las nuevas lecturas no son tampoco casuales. Se trata más bien de ejercicios intencionados que se colocan en lugares clave. El *culture jamming*, recordemos, sirve como un ejercicio de memoria y, sobre todo, de activación de la historia a partir de situarnos en ella. De esto es de lo que puede seguir sirviéndonos. No es casual que actualmente en México esta búsqueda de memoria y este intento por su activación se haga tan

<sup>167</sup> La Redretro, *Matriotismo y el día internacional de la mujer* [los errores ortográficos y alteraciones tipográficas son parte de la cita], en: <http://redretro.net/node/61>

<sup>168</sup> *Ibidem*.

recurrente. Tan solo, otra de las intervenciones de *La Redretro*, nos puede ayudar a completar este punto: el 2 de octubre de 2011, *La Redretro* realizó una intervención en la estación *Tlatelolco* del mismo sistema del *Metro* en la ciudad de México. Esta intervención, por supuesto, estaba dedicada a la memoria de las víctimas de la matanza llevada a cabo en la *Plaza de las tres culturas*, muy cerca dentro del complejo de edificios donde se encuentra la estación aludida, en el año de 1968.

La intervención consistió en la sustitución del *logo* que identifica la estación, en el cual se representa el edificio triangular conocido como *Torre Insignia*, con otro que representaba un guante blanco manchado de sangre. Esta sustitución resulta simbólica ya que el edificio representado alguna vez sirvió como símbolo de la modernización de nuestro país, pues coronaba la edificación de todo el complejo de edificios de *Tlatelolco*, concebida en su conjunto por el arquitecto Mario Pani bajo los preceptos de lo que en arquitectura se conoce como *Movimiento moderno*<sup>169</sup>. En su lugar, el guante colocado representa la acción del ejército que asesinó a cientos de estudiantes. “Elegimos el guante blanco manchado de sangre como símbolo de la señal que usaron los traidores infiltrados entre los estudiantes en esa fatal tarde de octubre, los cuales a la mera hora de la balacera levantaron su mano para ser identificados como miembros del ejército y no ser acribillados”<sup>170</sup>. El edificio había sido terminado de construir en 1966; dos años antes de que fuera la matanza. El edificio donde alguna vez se ubicaron las oficinas centrales del *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos*, lleva más de 20 años sin funcionar de forma eficiente para algún fin gubernamental. Por su parte, la *Plaza de las Tres culturas* sigue siendo un referente como punto reunión para la manifestaciones no sólo del 2 de octubre de cada año, sino todas aquellas protestas que convocan a multitudes de estudiantes en la ciudad de México.

*Tlatelolco*, el lugar, tiene su propia historia fuera de lo tocado directamente por *La Redretro*. Recordemos que en *Tlatelolco* se encuentran las ruinas de lo que alguna vez fuera ciudad prehispánica donde se albergaba un importante centro de intercambios comerciales. Este centro fue

---

<sup>169</sup> Se conoce como *Movimiento moderno* en arquitectura a un conjunto de tendencias de principios del siglo XX cuyas principales características serían una marcada influencia de racionalismo y un interés primordial en el bienestar social.

<sup>170</sup> *La Redretro, 2 de octubre se recuerda/Redretro en Tlatelolco*, en: <http://redretro.net/node/53>



saqueado y destruido por los conquistadores españoles, dando lugar a otra masacre más grande y más antigua, esta vez contra los indígenas nativos del lugar. Involuntariamente, la acción de *La Redretro* toca estos aspectos de la historia de México. El guante blanco simbolizado por *La Redretro* también podría ser interpretado como la mano del hombre blanco europeo que derrama sangre en el mismo sitio. Pero si esta interpretación es permitida, es porque con lo que se está jugando aquí es con la imagen. Ésta no es algo cerrado, es algo que está ahí y que sólo puede ser activado con la mirada.



Intervención 2 de octubre de *La Redretro* en el transporte público Metro de la ciudad de México, 2014, <http://www.redretro.net/node/61>

Las intervenciones de *La Redretro* vinieron a insertarse en un contexto y en un momento de activación del imaginario mexicano en la forma de la resistencia. Tan solo habría que recordar que estas intervenciones se realizan dentro de las instalaciones del metro justo alrededor del aumento de la tarifa de, 3 a 5 pesos, ampliamente rechazada e incitadora de infinidad de protestas de todo tipo

para revocarla bajo el llamado “pos’ me salto”<sup>171</sup>. Hoy, como ya se había dicho, no es casual que en México este tipo de ejercicios simbólicos sean tan socorridos. En medio de las protestas multitudinarias hacia un presidente que se cree que ha sido impuesto y no elegido; en medio de la desaparición constante de personas en todo el país; en medio del regreso del *PRI* (Partido Revolucionario Institucional) –mismo que evidentemente está relacionado con la matanza del 68– en la presidencia; todos estos ejercicios sirven quizá no tanto para derrocar a un gobernante ni para detener sus políticas neoliberales, sino más bien para activar la memoria, situarse en el centro de la construcción de nuestra propia historia y mostrar inconsistencias, inmersiones, sinsentidos y fuerzas que atraviesan nuestro presente.

*La Redretro*, además, actúa de una forma rizomática, como ellos la llaman, porque se sostiene sobre la base de las tecnologías de la información y los intercambios y conexiones mundiales que éstas permiten. Es decir, las manifestaciones del *culture jamming* siguen apareciendo, pero esta vez actúan de manera global y viral. De aquí que hoy autores como la mencionada Christine Harold vea en los movimientos de liberación cibernética una faceta más del mismo fenómeno<sup>172</sup>. El *culture jamming*, como se ha venido diciendo, consiste en ir insertándose en el ámbito de la cotidianidad, ir directamente al espacio público, para desde ahí ejercer su fuerza. Esta fuerza, como se ha visto hasta aquí, pone en movimiento una serie de flujos y relaciones inmersos en una serie de contiendas contemporáneas relacionadas con debates tan amplios como el arte y los diferentes movimientos sociales; desde aquellos vinculados con las minorías hasta aquellos que van hacia el Estado y, por supuesto, contra el capital. Lo que pareciera revelarse es la base de fondo: la imagen. Por ello es que el *culture jamming* sirve como operación genealógica, porque es una forma de mostrar que sigue y seguirán habiendo esas fuerzas de fondo.

---

<sup>171</sup> “Pos’ me salto” fue un movimiento popular mexicano que protestó por el aumento en la tarifa del transporte público Metro durante varios meses desde diciembre de 2013 y extendiéndose durante casi todo el año 2014 con multitudes de gente saltándose el torniquete, pasando por debajo o manipulándolo para pasar o dejar pasar a otras personas; además de la realización de jornadas informativas no sólo sobre el aumento de tarifa en cuestión, sino sobre la situación política del país.

<sup>172</sup> Como ya se había dicho, para Christine Harold, la última etapa del *culture jamming* está en los movimientos de software libre y de liberación de derechos de autor (Harold, *OurSpace*, circa. Cap. 5).

Lo que se manifiesta en las resistencias como las que han surgido y siguen surgiendo aún después de que se crea que no existe un afuera del sistema, es la necesidad de creación que no puede ser satisfecha por ningún sistema ya establecido, sino que tiende a irrumpir en cualquiera que sea el horizonte para afirmarse por sí misma. Si no se puede, pues, escapar a la lucha de fuerzas, y, al contrario la única manera de resistir es entrando activamente en ella, entonces no es sino con este tipo de recursos que las prácticas de creación contemporáneas logran hacerse valer. Ellas ponen en evidencia las fuerzas que están en cuestión sin querer salir de la jugada.

### 3.6 Potencia

Aunque los ejemplos dados aquí estén enmarcados en lo que se considera el ámbito del arte, eso no quiere decir que éste les sea algo esencial. No es que estos gestos de apropiación por parte del arte sirvan únicamente para denunciar la banalización de la cultura de masas ni tampoco, en el sentido inverso, para denunciar la falta de contacto del mundo del arte con la vida real. No habría, más bien, aquí ninguna denuncia de una banalización, como si hubiera antes de ella una cultura originaria que se banaliza; ni tampoco una vida real que haya que rescatar; y ni siquiera una esfera del arte privilegiada desde la cual juzgar o contemplar la vida, como si el arte no fuera parte de ella. Ya sea dentro como fuera de la institución artística, lo que hace el *culture jamming* es pasar directamente a la acción directa sobre los estímulos que determinan nuestras vidas, actuando con los símbolos y los medios de esta cultura que ya no se puede pensar fuera de las masas<sup>173</sup>.

---

<sup>173</sup> En el caso del *culture jamming*, no es que necesite de un discurso teórico que le dé sustento para poder así ejercer su poder como obra, como muchas veces pasa dentro de la institución artística. Más bien, si es que es necesario un discurso teórico del *culture jamming*, sería para dar cuenta del poder que ya ejerce y, de esta manera, justamente transformar nuestros conceptos sobre lo que es el arte, entre otras cosas. El *culture jamming* es una de las tantas formas en que los artistas, si es que se les puede seguir llamando así a muchos de ellos, se las han ingeniado para intervenir en el ámbito social y político, ya sea actuando dentro o fuera de las instituciones reconocidas del arte. Como lo diría la misma Minerva Cuevas acerca de su obra: “es un hacer anarquista que pertenece al espacio público, a las calles y es materializado libremente ahí, sin fronteras de tiempo o lugar. (...) La inclusión de MVC en el campo artístico no ha constituido el eje de su existencia; sino que ha sido una plataforma distinta desde la cual el proyecto puede ser activado” (Cuevas, *Por una interfaz humana – Mejor vida Corp.*, en: <http://www.irational.org/minerva/texts.html>).

A partir de las localizaciones que hemos expuesto, podemos ver que el *culture jamming*, como táctica genealógica, se propondría como una forma de lectura de los símbolos y signos de la cultura comercial popular que expone solamente la lucha de fuerzas que ella conlleva. Al pasarlo todo por el ámbito de la imagen, el *culture jamming* lo expone todo, lo pone todo en la superficie. Los choques, los conflictos, las asociaciones, los deseos, quedan expuestos y devueltos a su nivel primario, como meras sensaciones que dependen de la mirada<sup>174</sup>. Lo que hace es devolver a la imaginación su potencialidad diversificante. El *culture jamming* sólo nos muestra que el sistema está compuesto por infinidad de flujos. Fuera de los flujos no hay nada, pero tampoco tendría por qué haberlo. Lo que se nos muestra es que la posibilidad de diversificación ya estaba ahí. No hay salida, es cierto, no hay escapatoria, no hay alternativa. Pero eso es porque la alternativa está ahí mismo. El sistema se compone de flujos tendientes a la fuga, como ya se había dicho. Si no hay un afuera del sistema capitalista tampoco hay un adentro. No tiene límites y entonces todo se vuelve en contra del propio sistema.

El *culture jamming* como operación genealógica vendría a proponer un giro icónico de la crítica, uno que, ya por propia naturaleza, es práctico. Se inscribe en los regímenes sensibles que ordenan nuestro mundo. Entonces, como ya se había dicho, en primer lugar no se plantea como una crítica desde un ámbito de lo sensible, pero separado de la vida, como se haría desde el museo, por ejemplo. En segundo lugar, tampoco se ocupa de una crítica separada del ámbito de lo sensible como sí lo haría una crítica teórica. Al trabajar con la imagen, la crítica se inserta en el ámbito de lo cotidiano, jugando con los elementos con los que nos enfrentamos diariamente. En ese sentido, desenmascara también regímenes de conocimiento. En una sociedad como la nuestra, donde todo el tiempo se nos expone a todo tipo de visualidad, entrar en los debates sobre la misma requiere también retomar sus lenguajes. Ésta es una forma en que se le puede hacer frente desde la práctica.

Hay dos tendencias en la imagen, una como voluntad de estabilización y la otra como aquello que lleva siempre algo de incierto. Las 4 facetas de la imagen que se describieron en el apartado 3.4

---

<sup>174</sup> En ese sentido, más que seguir la línea genealógica del *culture jamming* en las iniciativas de código abierto, como lo hace Harold, habría que seguirla en los *memes* si lo que se quiere es rescatar el carácter genealógico que permitían las primeras manifestaciones de tal práctica.

pasan por estas dos tendencias. Para empezar, la imagen como mera sensación es ya un objeto de disputa. Recordemos que Descartes en sus *Meditaciones metafísicas* comenzaba por poner en duda todo lo percibido. Para él, los sentidos no ofrecen datos certeros, por lo tanto, es necesario ir más allá de ellos<sup>175</sup>. Para Hume, al contrario, las sensaciones son lo más duro e indudable. “Incluso el pensamiento más intenso es inferior a la sensación más débil”<sup>176</sup>, dice Hume. En filosofía, el paso de una postura a la otra ha sido siempre un problema fundamental. Se podría decir incluso que toda la historia de la filosofía es la del intento por resolver el problema del paso de lo contingente a lo necesario y viceversa. No es que aquí se vaya a dar una respuesta, lo que si nos permite esto es abordarlo de otras maneras.

Con el giro icónico en la crítica, ésta se muestra ya como montaje. Tal es la importancia de retomar la genealogía nietzscheana. Desde Nietzsche ya estaba claro que para desmontar o desarticular conceptos o términos había que crear nuevos montajes. Pero estos montajes no eran cerrados, sino que permitían la apertura de nuevas posibilidades. “La última cosa que yo pretendería sería «mejorar» a la humanidad. Yo no establezco ídolos nuevos”<sup>177</sup>. En Nietzsche, si se lleva a cabo un desmontaje no es para colocar en su lugar una respuesta absoluta. Se crea una ficción, una nueva composición de los elementos, pero esta vez no es para que se postulen como eternos, sino solamente para abrir espacios para la emergencia de otras formas de creación. Lo que se pretende es mostrar que en el fondo no hay más que lucha de fuerzas. Y a partir de esto, cualquier posibilidad puede ser explorada.

En la tercera parte de *La genealogía de la moral*, donde Nietzsche critica el ideal ascético, muestra a éste como el resultado de una voluntad de poder: “el hombre prefiere *querer la nada a no querer*”<sup>178</sup>, dice. Este concepto de “voluntad de poder” es fundamental en la obra de Nietzsche. En *Así habló Zaratustra* lo definió como “la inexhausta y fecunda voluntad de vida”<sup>179</sup>. Esta voluntad

---

<sup>175</sup> Descartes, René, *Meditaciones metafísicas*, Alianza, España, 2005.

<sup>176</sup> Hume, David, *Investigación sobre el conocimiento humano*, Alianza, España, 1998, p. 32.

<sup>177</sup> Nietzsche, *Ecce homo*, p. 22.

<sup>178</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, p. 205.

<sup>179</sup> Nietzsche, Friedrich, *Así habló Zaratustra*, Alianza, España, 2009, p. 175.

es la que hace que la creación continúe y que en ningún momento sea posible un encierro de la misma. Se trata de emergencias, irrupciones permanentes que no siguen ningún orden preestablecido, sino que más bien imponen nuevos órdenes, valores y jerarquías. Por ello es que no se puede llegar nunca a una totalización final. En la imagen esto queda claro. Entre la imagen y el espectador hay un hueco, un vacío que se llena no de forma inocente. De igual manera, entre la sensación y la imaginación hay un abismo inconmensurable. La imaginación es una facultad creadora por excelencia. Lo mismo pasa, en sentido inverso, con el intento por llevar cualquier contenido de la imaginación hacia la imagen-soporte. Cualquier artista, ingeniero o científico se ha topado con esta dificultad. En ese medio es donde surgen las posibilidades nuevas e insospechadas. La voluntad encuentra siempre modos de irrumpir, se vale de cualquier cosa para emerger, pasa encima de todo lo que se le ponga enfrente.

El trabajo con las imágenes que fue permitido por las tecnologías, tal como el *collage*, el montaje y la desviación, era una respuesta hacia una voluntad de estandarización y dominio que se valía de las mismas para lograr su objetivo. En la imagen, como ya se había dicho, está el riesgo del cliché. Por ello, fue necesario este tipo de trabajos con la imagen a partir de que, con la industria y el crecimiento de la cultura *pop*, la vida se vio todo el tiempo amenazada con quedar apresada en determinados estilos difundidos a nivel masivo. Pero lo que se tuvo que aprender fue que romper con estas fuerzas de dominación no es algo que se pueda hacer de una vez y para siempre. No hay una imagen que pueda colocarse como respuesta última o salvación. Con el montaje, lo que se muestra es que la imagen también tiene un vida. Las imágenes, una vez que se exponen, pueden servir para cualquier fin. Interpelar estos fines es lo que se propone el trabajo con las imágenes. Las intervenciones del *culture jamming*, por ello, no pueden pensarse sin un blanco determinado; no pueden pensarse si no es situadas en un contexto dado para desmontar la fuerza de corporaciones, modelos o ideas muy específicas. Se trata de una operación permanente apegada a los elementos fenomenológicos que componen nuestra vida. Lo que se propone es rescatar la fuerza de la imagen no para redirigirlas hacia el capital, sino justamente para dispararlas hacia la interpretación y la invención. La voluntad crea ficciones, verdades, fetiches, para poder sostenerse. Pero, a su vez, por

ello mismo es necesario que la misma voluntad pase por encima de ellos. Entonces, las fuerzas de corriente y contracorriente se ponen en movimiento.

Cuando Marx hablaba del fetichismo de la mercancía y su secreto, se remitía a la analogía de lo que sucede con la luz en los ojos, que pareciera que no es la excitación del nervio óptico sino la forma del objeto. De acuerdo con lo que él planteaba, la diferencia entre esta relación con la mercancía es que los objetos que son vistos sí existen y son de la forma en que se ven, mientras que el valor de la mercancía y el carácter físico de los objetos no tienen ninguna relación. Lo que reviste a la mercancía es la relación entre los hombres. El fetichismo, para Marx, es el momento en que el hombre dota a los objetos de vida propia, como en la adoración religiosa<sup>180</sup>. Lo que hay que agregar a Marx es que hace falta recordar que la imagen no es sólo la excitación del nervio óptico a partir de la luz que se refleja de los objetos. Ahí apenas empieza el trabajo de sobre la imagen. Es decir, nuestra relación con las imágenes es la misma relación que tenemos con las mercancías. Sin embargo, y esto es lo que marcaría una profunda diferencia con Marx: las luchas por la apropiación de imágenes no son del mismo tipo que las de la apropiación de los medios de producción. La de las imágenes no implica un relato teleológico, sino un ejercicio continuo al nivel de los signos.

No es que el *culture jamming* sea bueno o malo, simplemente es una manifestación más de una voluntad. No es que el *culture jamming* vaya a derrumbar el sistema. Lo que nos recuerda a partir de los juegos con las imágenes, a pesar de que sean reasimilados por un sistema que intenta tragárselo todo para mantener su aura de dominación, es que estamos vivos y que el fundamento de la vida como voluntad de poder no obedece más que a sí mismo. No es que bajo estos ejercicios se vaya a escapar de la lógica de la voluntad; no es que se vaya a resolver su problema, su querer, que se vaya a satisfacer. Sólo que, si se desea seguir creando, ésta es una forma de hacerlo cuando por otras vías ya están coartadas las opciones. Pero, lo más importante, ese deseo no es una opción, no se puede no desear. Eso es lo que el *culture jamming* exhibe cuando a pesar de las contradicciones que pueda tener como práctica de resistencia en un sentido puramente antagonista se afirma de

---

<sup>180</sup> Marx, *El capital, circa*. Cap. 1, apartado 4.

cualquier manera, pero ya entre los intersticios, infiltrándose, derramándose entre las disconformidades de un sistema que no puede jamás colmar o satisfacer las fuerzas.

Quizá lo que se revela con el *culture jamming* como operación genealógica es que lo relevante no era acabar con el capital, sino acabar con el fetiche, telón de fondo del capital. Ahora, la paradoja está en que con el fetiche no se puede acabar, sino si acaso hacernos cargo de él. En Freud el fetichismo es descrito como la sustitución de la meta y el objeto del deseo por objetos o partes del cuerpo relacionados de alguna manera con él. El fetichismo en Freud es considerado una perversión<sup>181</sup>. Pero esta perversión comparte con toda la llamada “normalidad” que no es más que el resultado de una fijación del deseo. El capital no es sino otra forma de esta fijación; como lo veíamos con Deleuze, como axiomatización. Pero, como contraparte, también habría que asumir que el giro icónico no es una forma final ni el resultado lógico de nada. Es sólo una modalidad más. Quizá solamente lo que en ésta queda claro es que lo que define a nuestra época es lo mismo que ha definido a todas: una voluntad que no puede ser satisfecha y ante la cual sólo nos queda apostar por la creación permanente.

“¡Un bien y un mal que sean imperecederos – no existen! Por sí mismos deben una y otra vez superarse a sí mismos”<sup>182</sup>, decía Nietzsche. Si de algo sirven estos ejercicios genealógicos es para dejar ver que aún quedan muchas cosas por crear. En un panorama como el nuestro donde parece que todo ha sido coartado, sobre todo en un país como México, donde podría pensarse que en ningún momento hubo siquiera la posibilidad de alguna participación equitativa en la construcción social, estos ejercicios sirven como disparadores. No se trata, en ellos, de colocarse en ninguna posición dada ni de señalar a algún enemigo único como si de él fuéramos víctimas o a él se debieran nuestros males; menos aún de exigirle algo a ninguna figura de supuesta autoridad. No. Estamos todos aquí involucrados en esta continua lucha de fuerzas. Si se desmontan verdades, absolutos, consignas, modelos, ídolos, autoridades, no es por ningún resentimiento contra ellos, es

---

<sup>181</sup> Freud, Sigmund, “Tres ensayos de teoría sexual”, En: Freud, *Obras completas, Tomo VII*, Amorrortu, España, 1984, *circa*. p. 139.

<sup>182</sup> Nietzsche, *Así habló Zaratustra*, p. 177.



porque simplemente estorban para nuestra salud vital<sup>183</sup>. Pero para que emerja esta potencia hay un esfuerzo que es necesario realizar y que hoy se vuelve cada vez más imperioso hacer valer. “Callar es peor; todas las verdades silenciadas se vuelven venenosas”<sup>184</sup>. Nos queda entonces, en adelante, crear los artilugios que sean necesarios para nuestra salud.

---

<sup>183</sup> Obviamente no se hace referencia aquí a una salud biológica.

<sup>184</sup> Nietzsche, *Así habló Zaratustra*, p. 177.

## Conclusión

Hemos visto cómo el *culture jamming* puede servirnos como punto de inflexión para dar cuenta de un marco o fondo del capital. Fue necesario hacer eso debido a que hoy se corre el rumor de que no hay ningún orden posible más allá de éste. Y no se dice aquí que lo haya. Sin embargo, poner atención en los movimientos al interior del sistema nos ha permitido ver que había algo más allá de él, que lo envuelve incluso. Se trata de un impulso por la fetichización que vendría desde mucho antes que el orden capitalista. La forma en que esto se pudo hacer evidente aquí, tuvo que pasar por una caracterización del *culture jamming* como práctica que se asume como desmontaje de imágenes, y no sólo como crítica al capital. Sólo se pudo conformar este tipo de crítica práctica de las imágenes a partir de un desarrollo de prácticas a lo largo del siglo XX que se inscribían en un lugar intermedio entre el arte y la cultura popular. Así, el *subvertising*, el *media hoaxing*, el *audio agitprop* y el *billboard bandity*, fueron formas en que los artistas profesionales y no profesionales de su momento encontraron la manera de participar en la cultura de su época. Hoy, aquello que nos mostraron los *jammers* de finales del siglo XX se encuentra diseminado en gran parte de las prácticas de protesta, mismas que se viven más como fenómenos estéticos que como otra cosa.

Las prácticas de los *jammers* son entonces el resultado una serie de confluencias históricas. Se fueron conformando en medio de un espacio político y estético a la vez. Son formas en que un mismo impulso de fuga encontró para emerger entre las ranuras de un sistema que pretende abarcarlo todo. No hay, por lo tanto, una ley o norma del *jamming*, cada uno de los practicantes de éste ingenia su propia manera de irrumpir en el espacio público, de ponerse a la vista y golpear las estructuras establecidas. Incluso se podría decir que este impulso va más allá de cualquier modo de operar preestablecido o predeterminado. Si bien en muchas ocasiones puede haber una planeación específica dirigida hacia un blanco determinado, también depende totalmente de los espectadores que se vean involucrados en la acción. El *jamming* permite esta apertura.

Si bien muchas veces el *jamming* ha sido pensado como respuesta reactiva en contra de alguna marca, empresa o corporación en específico, y en bastantes ocasiones tratando de imponer ciertas

ideas o nuevos estereotipos de lo que sería una conducta correcta o moral, una vez que se exhibe, la aceptación de esto depende totalmente del espectador. Éste puede tomar la propuesta, siguiendo ahora nuevas normas de conducta, o bien puede retomar la apuesta por el *jamming* y crear sus propias intervenciones. A eso es a lo que se expone el *jamming*. Ésta es su relevancia. No lo es así cuando se toma al *jamming* como un modo de respuesta que intentaba ofrecer una alternativa sólida y terminada acerca de qué hacer frente al capital. Evidentemente, todos estos intentos fueron redirigidos hacia la axiomática del capitalismo. Y, sin embargo, el giro que representó el *culture jamming* para la concepción de la cultura contemporánea ya no tiene vuelta atrás. Ahora tenemos claro que todas las luchas económicas, políticas y sociales, son luchas por el imaginario. Así, desde los *carnavales contra el capital* de finales de los años 90 lo que se sabe es que no se lucha por ninguna exigencia que pueda ser resuelta por algún magnate o gobernante desde arriba, sino por un imaginario más amplio que nos incluye a todos. Incluye cada uno de nuestros sueños, fantasías y fetiches. Cada uno es responsable de sus propios deseos y fantasmas. A nivel social, ya no se busca solamente el boicot o sabotaje, sino la infiltración a modo de un virus que corroe el sistema desde dentro muy lentamente, no intentando desplomarlo de un sólo golpe, sino pervirtiendo de uno a uno sus símbolos.

Ha venido bien una revisión de lo que significa la resistencia para dejar ver que este concepto puede ser manipulado retóricamente de tal manera que se termine más bien sirviendo al sistema a través de su utilización. Como lo vimos aquí, la resistencia no es más que el encuentro entre dos fuerzas, una de las cuales tiende a dominar, mientras que la otra soporta. Cuál de las dos fuerzas es la que tiende a cada cosa, eso está siempre por verse. Todo lo que fue en algún momento contracultural ya fue reasimilado. Fue convertido en un modelo, en un estilo, incluso patentado y vendido por innumerable cantidad de marcas comerciales. Todo esto es cierto. Pero eso no quiere decir que no haya habido ahí nada que resistiera ni tampoco quiere decir que va a dejar de haberlo. Al contrario incluso, quiere decir que había una fuerza ahí que no podía evitar emerger de una u otra forma, bajo modalidades insospechadas cada vez, como fugas incontenibles sin ley ni orden. Visto así, lo que resiste es el sistema. Hasta cuándo lo hará, eso es lo que está siempre pendiente. A partir de un giro ontológico-estético, aquí se mostró que, en la resistencia, la cuestión de lo activo y lo reactivo no es

algo que pueda ser medido solamente en términos económicos, tiene que ver más bien con una potencia que permite todo el tiempo la creación y que no puede detenerse.

La imagen, como fuerza de fuga, muestra que más allá de la axiomática capitalista, hay infinidad de flujos que permanecen en lo incodificable. La sombra del capitalismo puede que sea incluso más grande que éste. Si la imagen está amenazada con la recodificación constante, ésta, a su vez, amenaza con el *diluvio* y el *naufragio*. Es decir, además que quedar presos del capital, podemos quedar presos de nuestros propios deseos encarnados en la imagen. Éste es quizá un peligro aún mayor. Poner atención en la imagen sirve entonces como una forma de dar cuenta de una potencia que crece a cada ocasión y que puede ser virada para cualquier lado en cualquier momento. Vivimos en una época en la que nos toca hacernos cargo de ello. Con el desarrollo cada vez más amplio de las tecnologías de la imagen, esto se vuelve una tarea imprescindible. El *culture jamming*, junto con las demás prácticas que se abordaron aquí, quedan como muestras de este trabajo, no para repetir las, por supuesto, sino como ejemplos de que estas contiendas se están jugando todo el tiempo.

Si se propuso aquí abordar el *culture jamming* como táctica genealógica y no como un modo de resistencia al sistema capitalista, o al consumo, fue precisamente porque esta última forma de abordarlo no se sostiene, se queda corta. No alcanza a dar cuenta de la potencia de la imagen, misma que se trasmite en la lógica del capital a través del fetiche. En cambio, bajo el cristal de la genealogía, el *culture jamming* se revela como un modo de desmantelamiento que va más allá de las advertencias acerca de comprar o no comprar. Evidentemente, por este lado no hay forma de ganarle al capital. Bajo su lógica, si no compras una cosa comprarás otra. De lo que se trata más bien es de dar cuenta de una fuerza que está detrás del secreto de la mercancía y que se mantiene siempre nómada, es decir, incodificable. La genealogía permite situarse en la base de esta fuerza para exponerla no como algo que se descubra porque estaba oculto, sino como algo que se construye a partir de las evidencias actuales. En Nietzsche, la genealogía era una forma de crítica que no sólo desmontaba conceptos, sino que al explorar la procedencia nos llevaba a una lucha de fuerzas que se jugaba en su constitución como conceptos. En el caso del *culture jamming*, lo que se

desmontan son imágenes que pueden ser logotipos con mucha carga de reconocimiento, pero también pueden ser modelos de vida, estereotipos de belleza o ídolos en general. Pero no lo hace para imponer otras imágenes o modelos en lugar de ellas, sino para desarticular nuestras propias motivaciones que nos mantienen apegados a ellas y, con eso, a la mercancía.

Interpretar al *culture jamming* como una forma de resistencia contra el capital que solamente invita a dejar de comprar, o en el peor de los casos a comprar determinado tipo de objetos de comercio justo, igualitario, ecológico, etc., sería tan escueto como interpretar la obra de Nietzsche como una que proponía acabar con las creencias cristianas y seguir, de ahora en adelante al antiguo dios Dioniso, o peor aún, al famoso profeta Zaratustra. Es decir, es una interpretación demasiado pobre. A lo que invitan ambos es a hacerse cargo de uno mismo, sin reglas u órdenes preestablecidos, sin ídolos; arrojarse a la contingencia. La genealogía, por lo tanto, no puede tomarse como un ejercicio acabado nunca. Se trata de un constante derrocamiento de lo establecido, sólo de esta forma es como se puede mantener viva la propia potencia. Diría Nietzsche, “quien tiene que ser un creador en el bien y el en mal: en verdad, éste tiene que ser antes un aniquilador y quebrantar valores”<sup>185</sup>. Así que no es sino prestando atención a los creadores contemporáneos como podemos dar cuenta de nuevos valores.

Con Minerva Cuevas veíamos cómo una táctica que fue usada por el *culture jamming* y que pronto fue reasimilada, lo que dejaba ver no era que pudiésemos combatir contra las corporaciones como si de un enemigo con poderes mágicos o celestiales se tratara, sino que la magia de las corporaciones está en nosotros. En todo caso, habría que ir contra nosotros mismos. Con Lorena Wolffer veíamos cómo esta magia está inscrita en nuestro cuerpo y en nuestras concepciones más arraigadas, de tal manera que en la desarticulación de éstas también se juegan infinidad de otros flujos que vendrían a desestabilizar no sólo la economía, sino también la política en un amplio sentido e incluso la biología. Finalmente, con el ejemplo de *La Redretro* mostramos que actualmente no sólo está en disputa lo concerniente al capital, sino una gran cantidad de tópicos que pueden ser pasados por una desarticulación genealógica.

---

<sup>185</sup> Nietzsche, *Así habló Zaratustra*, p. 177

Si los tres ejemplos, con los que se concluye la investigación, están situados en un contexto mexicano, es porque creemos que hoy hacen falta este tipo de ejercicios en un contexto como el nuestro. Hacen falta buscar alternativas más astutas que simplemente ponerse en contra de determinadas políticas sociales o económicas. No se trata de intercambiar las jerarquías queriendo colocar arriba a los que están ahora abajo. No se trata, menos aún de colocarse en el lugar del enemigo para que, en nombre de alguna causa autoproclamada como noble, más bien poder ser localizado y exterminado fácilmente. Más aún, hay que decirlo, no se trata aquí de pedirle o suplicarle nada a nadie. Antes bien, estos ejercicios nos permiten burlar este tipo de posturas en pro de acontecimientos inusitados. Lo que se abre es un espacio para la creación.

En última instancia, este esfuerzo viene a unirse a otros que han pensado la resistencia y las formas de hacer frente al panorama actual del país y del mundo. Entre ellos, por ejemplo, Mariflor Aguilar, quien terminaba su libro *Resistir es construir* diciendo que quizá lo único que nos queda es el humor<sup>186</sup>. No menospreciemos las formas en que los creadores contemporáneos han elegido para trabajar. Si bien gran parte de las veces no cuadran con ninguna postura política ya existente ni proponen ninguna forma de salvación, no por eso no se revela a través de las obras una potencia. En *La genealogía de la moral*, Nietzsche dice: “Una sujeción del artista al servicio del ideal ascético es por ello la más propia corrupción de aquel que pueda haber, y, por desgracia, una de las más frecuentes: pues nada es más corruptible que un artista”<sup>187</sup>. No esperemos que a partir de los ejercicios del *culture jamming* ni de otros trabajos con la imagen vayamos a encontrar ninguna salida o respuesta última. Más bien, como el mismo Nietzsche nos recordaría al final del libro mencionado: hacen falta comediantes que liberen el aire<sup>188</sup>. A ello habría que agregar que hace falta escuchar a estos comediantes que se pasan de largo frente a cualquier norma cultural, pues la mayoría de las veces a través de ellos vemos más de nuestra cultura que si nos propusiéramos seriamente desenmarañarla.

---

<sup>186</sup> Aguilar, Mariflor, *Resistir es construir*, UNAM/Juan Pablos Editor, México, 2013, *circa*. Conclusión.

<sup>187</sup> Nietzsche, *La genealogía de la moral*, p. 195.

<sup>188</sup> *Ibid*, *circa*. Tratado tercero.

## Bibliografía

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max, *Dialéctica de la ilustración, fragmentos filosóficos*, Akal, España, 2007.
- Aguilar, Mariflor, *Resistir es construir*, UNAM/Juan Pablos Editor, México, 2013.
- Aristóteles, *Del alma*, Gredos, España, 1978.
- Barthes, Roland, *Lo obvio y lo obtuso*, Paidós, España, 1986.
- \_\_\_\_\_ *Mitologías*, Siglo XXI Editores, México, 2002.
- Baudrillard, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, Siglo XXI, México, 1997.
- \_\_\_\_\_ *Cultura y simulacro*. Kairós, España, 1978.
- \_\_\_\_\_ *El crimen perfecto*, Anagrama, España, 2000.
- Benjamin, Walter, *Libro II, Vol. 2, Obras, Ensayos estéticos y literarios*, Abada, España, 2009.
- \_\_\_\_\_ *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Itaca, México, 2003.
- \_\_\_\_\_ *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*, Itaca, México, 2008.
- Blackmore, Susan, *La máquina de los memes*, Paidós, España, 2000.
- Bourriaud, Nicolas, *Estética relacional*, Adriana Hidalgo editora, Argentina, 2008.
- \_\_\_\_\_ *Post-producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*, Adriana Aguilar Editores, España. 2004.
- Brea, José Luis, *Las tres eras de la imagen, imagen-materia, film, e-image*, Akal, España, 2010.
- Buchloh, Benjamin, *Formalismo e historicidad*, Akal, España, 2004.
- Castoriadis, Cornelius, *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, España, 1983.
- Danto, Arthur, *Después del fin del arte*, Paidós, España, 1999.
- Dawkins, Richard. *The selfish gene*, Oxford University Press, Estados Unidos de América, 2006.
- Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre-Textos, España, 1999.
- Debray, Régis, *Vida y Muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, España, 1994.
- de Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano I, Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México, 2007.
- Deleuze, Gilles, *Derrames entre el capitalismo y la esquizofrenia*, Cactus, Argentina, 2005.
- \_\_\_\_\_ *Foucault*, Paidós, España, 1987.
- \_\_\_\_\_ *La imagen-movimiento*. Paidós, España, 1984.
- \_\_\_\_\_ *Lógica del sentido*, Paidós, España, 2005.
- \_\_\_\_\_ *Nietzsche y la filosofía*, Anagrama, España, 2012.
- \_\_\_\_\_ *La isla desierta y otros textos*, Pre-textos, España, 2005.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix, *Mil mesetas, Capitalismo y esquizofrenia*, Pre-textos, España, 2002.
- Descartes, René, *Meditaciones metafísicas*, Alianza, España, 2005.

- Didi-Huberman, Georges, *Arde la imagen*, Ediciones VE, México, 2012.
- \_\_\_\_\_ *Cuando la imágenes toman posición*, Antonio Machado Libros, España, 2008.
- \_\_\_\_\_ *Supervivencia de las luciérnagas*, Abada, España, 2012.
- Eco, Umberto, *La estrategia de la ilusión*, Lumen, España, 1998.
- Foucault, Michel, *Microfísica del poder*, La piqueta, España, 1979.
- \_\_\_\_\_ *Defender la sociedad*, FCE, México, 2000
- Frank, Thomas, *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, University of Chicago Press, Estados Unidos de América, 1997.
- Freud, Sigmund, *Obras completas, Tomo VII*, Amorrortu, España, 1984.
- Fukuyama, Francis, *El fin de la historia y el último hombre*, Editorial Planeta, México, 1992.
- Gadamer, Hans-Georg, *La actualidad de lo bello*, Paidós, España, 1977.
- Goethe, Wolfgang, *Fausto*, Catedra, España, 2007.
- Gómez Choreño, Rafael, *Estigmatización y exterminio, Apuntes para una genealogía de la violencia*, CEGE, México, 2011.
- Greil, Marcus, *Rastros de carmín*, Anagrama, España, 1993.
- Hakim Bey, *Zona temporalmente autónoma*, Talasa Ediciones, España, 1996.
- Harold, Christine, *OurSpace, Resisting the corporate control of culture*, University of Minnesota Press, Estados Unidos de América, 2007.
- Heath, Joseph y Potter, Andrew, *Rebelarse vende, El negocio de la contracultura*, Taurus, España, 2005.
- Hebdige, Dick. *Subcultura. El significado del estilo*, Paidós, España, 2004.
- Hegel, Friedrich, *Fenomenología del espíritu*, FCE, México, 1966.
- Home, Stewart, *El asalto a la cultura*, Virus, España, 2002.
- Hume, David, *Investigación sobre el conocimiento humano*, Alianza, España, 1998.
- Klein, Naomi, *No logo. El poder de las marcas*, Paidós, España, 2001.
- Lasn, Kalle, *Sabotaje cultural. Manual de uso*, El viejo topo, España, 2007.
- Lessig, Lawrence, *Cultura libre: cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*, LOM Ediciones, Chile, 2005.
- Marx, Karl, *El capital: Crítica a la economía política*, RBA, España, 2003.
- \_\_\_\_\_ *Introducción general a la crítica económica política*, Siglo XXI, México, 2006.
- \_\_\_\_\_ *Las crisis del capitalismo*, Sequitur, España, 2009.
- Merleau-Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, Origen/Planeta, España, 1985.
- Mitchell, W. J. T., *Teoría de la imagen*, Akal, España, 2009.
- Moore, Elizabeth, *Unmarketable: Brandalism, copyfighting, mocketing, and the erosion of integrity*, The New Press, Nueva York, 2007.
- Nietzsche, Friedrich, *Así habló Zaratustra*, Alianza, España, 2009.



- \_\_\_\_\_ *Ecce homo*, Alianza, España, 2011.
- \_\_\_\_\_ *La gaya ciencia*, Akal, España, 1988.
- \_\_\_\_\_ *La genealogía de la moral*, Alianza, España, 2009.
- \_\_\_\_\_ *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*, Tecnos, España, 1996.
- Núñez Rodríguez, Carlos, *La genealogía como filosofía política en Michel Foucault*, Plaza y Valdés, México, 2011.
- Platón, *Diálogos IV, República*, Gredos, España, 1988.
- Rancière, Jacques, *El desacuerdo. Política y filosofía*, Nueva visión, Argentina, 1996.
- Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes, La próxima revolución social*, Gedisa, España, 2004.
- Roszak, Theodore, *El nacimiento de una contracultura*, Kairós, España, 1978.
- Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, España, 1998.