TESIS DOCTORAL

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ARCHIVO MUNICIPAL DE MÁLAGA 1936

DISTORSIÓN COMUNICATIVA: APROXIMACIÓN A LOS MODOS DE CONSUMIR A TRAVÉS DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN RED

REALIZADA POR: FLORENCIO CABELLO FERNÁNDEZ-DELGADO

DIRIGIDA POR: DR. DEMETRIO BRISSET MARTÍN

MENÚ SALIR

UNIVERSIDAD DE MALAGA
REGISTRO GENERAL
Entrada
Nº. 200600300006058
07/12/2006 10:40:36

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad

El abajo firmante, Dr. Demetrio E. Brisset Martín, Profesor Titular de Universidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, en su calidad de Director de la Tesis Doctoral presentada por el licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, D. *Florencio Cabello Fernández-Delgado*, titulada:

"Distorsión comunicativa:
Aproximación a los modos de consumir
a través de las industrias culturales en red"

Considera que dicho trabajo de investigación constituye una valiosa aportación al conocimiento de los recientes fenómenos de la comunicación en la sociedad digital, recorriendo su evolución, sus formas de transformación y sus más relevantes ejemplos de acción, revisando críticamente las diversas teorías conectadas y ofreciendo personales conceptualizaciones, por lo que cumple con los requisitos exigidos a una tesis doctoral, y por lo tanto:

AUTORIZA que se proceda a su defensa pública.

Fdo.: _____

En Málaga, a 4 de diciembre de 2006.

MENÚ SALIR

Este trabajo (excepto en el caso de las ilustraciones, algunos de cuyos autores establecen condiciones diferentes) se publica bajo los siguientes términos:

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 2.5 España

Usted es libre de:

- copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento**. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador.
- **No comercial**. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Compartir bajo la misma licencia**. Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.
- Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.
- Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor

- **Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por ley no se ven afectados por lo anterior.**

© Florencio Cabello Fernández-Delgado, 2006.

MENÚ SALIR

A la Federación de Jóvenes Investigadores-Precarios,
por teñir de dignidad naranja este trabajo en negro

MENÚ SALIR

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

TESIS DOCTORAL:

DISTORSIÓN COMUNICATIVA: APROXIMACIÓN A LOS MODOS DE CONSUMIR A TRAVÉS DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN RED

Realizada por:
Florencio Cabello Fernández-Delgado

Dirigida por el:
Dr. Demetrio Brisset Martín

Málaga, 2006

MENÚ SALIR

Agradecimientos

A Tere, a mi familia y a mis amigos, por aguantarme.

A Antonio y Merche, compinches imprescindibles.

A Demetrio Brisset.

A Carlos, Leo, Carlos, Alfonso, Elena, Nico, Javi, Fernando, Pili, Eduardo, Vicente, Francesco, Paolo, Beto, Davide, Sara, Abdellah, Javi, Carlos, Jordi Claramonte, Joan, Águeda y Stuart, Maria José Serván, Rogelio López Cuenca, Manuel Alberca, José Manuel Esteve.

A Sapienza Pirata, a la Universidad Nómada, a Traficantes de Sueños, a "Barbecho", a LaDinamo, a l*s *hacklabitas*, a Teresa Malina,.

A la casa de iniciativas de Málaga, al Strike, al Laboratorio 3, a Miles de Viviendas, a Casas Viejas, a la Casa de la Paz, al Centro Vecinal Pumarejo.

A los técnicos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga.

A mis profesor*s de la Escuela Oficial de Idiomas de Málaga.

A tod*s (tant*s) los que han compartido sus ideas conmigo.

A Bárbara Celis y Belinda Saile.

MENÚ SALIR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN: Réplicas a la letanía del poder.....3

CAPÍTULO 1. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Delimitación del foco de estudio.....11

1.1.1. Prácticas de consumo.....13

1.1.2. Industrias culturales.....17

1.1.3. Lo cotidiano como campo de investigación.....21

1.2. Hipótesis y objetivos.....34

1.3. Selección de la metodología de investigación

1.3.1. Enfoque metodológico.....38

1.3.2. Selección de los casos de estudio.....46

1.3.3. Técnicas de investigación empleadas

1.3.3.1. *The Yes Men* y la OMC.....49

1.3.3.2. Videojuego "*Bordergames*-Lavapiés".....52

1.3.3.3. El *culto* de San Precario.....58

1.4. Análisis de datos.....61

1.5. Estructura de la investigación.....65

CAPÍTULO 2. REPASO HISTÓRICO DE INVESTIGACIONES SOBRE RECEPCIÓN Y CONSUMO

2.1. Walter Benjamin.....69

2.2. Teoría de *uses and gratifications*.....72

2.3. Lingüística y teoría literaria.....85

2.4. *Cultural studies* y "estudios culturales"

2.4.1. Los *cultural studies* anglosajones.....100

2.4.2. "Estudios culturales" desde la otra América.....117

2.5. La "distinción" y los "modos de hacer": Breve apunte sobre el consumo en Bourdieu y de Certeau.....121

CAPÍTULO 3. TRANSFORMACIONES SOCIALES E INDUSTRIAS CULTURALES: Entonaciones diversas de la *red*.....127

3.1. Matrices de cultura: Deshaciendo el ovillo "global".....131

3.1.1. Matriz tecnomercantil y militar

3.1.1.1. Saint-Simon, la fisiología social y la red ferroviaria..134

3.1.1.2. La organización científica del trabajo industrial.....142

3.1.1.3. La "guerra fría" y ARPA.....147

3.1.1.4. La diplomacia de las redes.....159

3.1.1.5. Crítica a la "ideología de la red": Pierre Musso.....161

3.1.2. Matriz libertaria / contracultural

3.1.2.1. Crítica a la *redención* ferroviaria y reformas de Proudhon.....167

3.1.2.2. Kropotkin y la era neotécnica.....172

3.1.2.3. Precedentes de la literatura antiutópica.....176

3.1.2.4. Zamiatin y Huxley: Florecimiento de la literatura antiutópica.....180

3.1.2.5. Psicodelia y expansión de la conciencia en California.....184

3.1.2.6. Stewart Brand: El "encendido" tecnológico y el *Whole Earth Catalog*.....190

3.1.2.7. ARPA y las protestas universitarias contra la guerra y la investigación militar.....202

3.1.2.8. Fred Moore y el *Homebrew Computer Club*.....211

3.2. Transformaciones sociales e industrias culturales.....217

3.2.1. Algunas concepciones de las transformaciones sociales actuales

3.2.1.1. Transformaciones económicas.....218

3.2.1.2. Transformaciones culturales.....237

3.2.1.3. Transformaciones políticas.....258

3.2.2. Principales encrucijadas de las industrias culturales en red.....278

3.2.2.1. Industrias culturales en red y *democratización* comunicativa.....280

3.2.2.2. Industrias culturales y derechos (de explotación) de autor.....301

CAPÍTULO 4. MODOS DE CONSUMIR: DISTORSIÓN COMUNICATIVA.....323

4.1. Delimitación conceptual.....332
4.1.1. *Culture jamming*.....333
4.1.2. Guerrilla de la comunicación.....352
4.1.3. *Détournement*.....366
4.1.4. *Tactical media*.....374

4.2. Referentes históricos de distorsión comunicativa
4.2.1. Dadá y fotomontaje: John Heartfield.....392
4.2.2. *Internationale Situationniste*.....408
4.2.3. *Yippies*.....417
4.2.4. *Graffiti*.....426
4.2.5. *Billboard Liberation Front*.....439
4.2.6. Un referente malagueño: Agustín Parejo *School & co.*.....459

4.3. Caracterización formal: Distorsión comunicativa y modos de hacer.....470
4.3.1. *Usos*: Distorsión comunicativa y lectura activa.....471
4.3.2. *Tácticas*: Distorsión comunicativa y furtividad.....491
4.3.3. Un lugar *común:* Distorsión comunicativa, código abierto (y libre) y procomún.....519

CAPÍTULO 5. ESTUDIO DE CASOS

5.1. *The Yes Men* y la OMC

5.1.1. ®™ark: *Just undo it*.....549

5.1.2. Orígenes de *The Yes Men*

5.1.2.1. La Organización para la Liberación de Barbie y su *cambiazo* navideño.....555

5.1.2.2. "Simcopter*": Un "huevo de Pascua" en la línea de fuego*.....561

5.1.2.3. http://gwbush.com: Estrenando identidad (corregida) en la campaña presidencial estadounidense de 2000.....564

5.1.3. http.//www.gatt.org o el principio del "fin de la OMC".....571

5.1.4. *The Yes Men* y su gira de conferencias "corregidas"

5.1.4.1. Conferencia sobre Servicios Internacionales en Salzburgo (Austria).....577

5.1.4.2. En directo en " *Europeam Marketwrap*" (CNBC-TV).....581

5.1.4.3. Conferencia "Fibras y textiles del futuro" en Tampere (Finlandia).....584

5.1.4.4. "Nuevos horizontes en la globalización del agribussiness en el Tercer Mundo". Universidad Estatal de Nueva York, Plattsburgh (EE.UU.).....592

5.1.4.5. "Grandes cambios en el modo de abordar el comercio mundial".....599

5.2. Videojuego "*Bordergames*-Lavapiés"

5.2.1. Introducción general

5.2.1.1. La "cultura impopular" de los videojuegos.....603

5.2.1.2. Videojuegos y educación: Más allá del rechazo (y del *edutainment*).....608

5.2.1.3. Videojuegos y política: Escape del panfleto interactivo.....613

5.2.2. Videojuego "*Bordergames*-Lavapiés": Menores migrantes marroquíes *jugando en/al barrio de Lavapiés*

5.2.2.1. Evolución del barrio de Lavapiés: Movimientos sociales y presencia de población migrante.....618

5.2.2.2. La Fiambrera Obrera y el origen del proyecto.....623

5.2.2.3. Concepción inicial y desarrollo del videojuego.....626

5.2.2.4. Dinámica de juego del "*Bordergames*-Lavapiés".....634

5.3. El *culto* de San Precario

5.3.1. Orígenes del *culto*.....641

5.3.2. Difusión del *culto*.....654

5.3.3. Serpica Naro: San Precario se luce en la Pasarela de Milán.....672

CONCLUSIONES.....687

BIBLIOGRAFÍA

a) Libros y capítulos de libro.....705

b) Artículos.....725

c) Páginas web.....743

ANEXO 1.....747

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN:
Réplicas a la letanía del poder

Valga una anécdota minúscula, pero que al mismo tiempo considero profundamente reveladora, para presentar el empeño que guía la investigación que recojo en la presente tesis doctoral. La tomo del profesor Jesús Martín-Barbero quien, discutiendo en torno a los retos de la investigación en comunicación, refiere el episodio que le contaba un colega acerca de su etapa profesional en Radio Sutatenza, célebre emisora de Colombia consagrada a la "acción cultural popular".

Relataba así este comunicador que los directivos de dicha cadena quisieron en un momento dado de su trayectoria evaluar el resultado de dicha "acción" sobre la población campesina colombiana y encargaron la realización de una encuesta entre estos radiooyentes. De esta investigación se desprendió una conclusión que dejó atónitos a dichos directivos: La abrumadora mayoría de los campesinos afirmaban que, entre toda la parrilla de Radio Sutatenza -cargada de emisiones formativas, de información agrícola, de entretenimiento, etc.-, su programa preferido no era otro que *el rezo del rosario*. Ante esto, los encargados de la emisora, convencidos de que todo se debía a un error en la labor de los encuestadores o en el diseño de las preguntas, exigieron que se repitiera la encuesta entre los campesinos. Las respuestas de estos, empero, seguían contradiciendo empecinadamente las expectativas de los directivos, al señalar el rezo del rosario como el programa de mayor calado entre aquella población.

Todo se aclaró en cuanto uno de los encuestadores dio su brazo a torcer y, asumiendo que no se trataba de ninguna confusión, se salió del guión para interesarse por la razón de tan marcada preferencia, a lo que los campesinos repusieron: "porque es el único programa en que podemos contestar a los de Bogotá; en el rezo del rosario ellos dicen una parte del avemaría y nosotros la otra, es el único programa en que no

hablan ellos solos"[1].

El trabajo que inicié en el año 2001 en el marco del curso de doctorado "Investigación y cultura en comunicación" de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga, partía de algo muy similar al desconcierto y la inquietud que experimentaron los directivos de Radio Sutatenza ante las obstinadas respuestas de la población rural colombiana. De entrada, y en un plano general, ellas nos sitúan cara a cara con algo que hoy no podemos ya reducir a una mera intuición: Por un lado, la asunción de que existe una discontinuidad fundamental en los procesos comunicativos que no cesa de invalidar profundamente nuestras más acabadas preconcepciones acerca de los *efectos* que a ellos presuntamente se les atribuyen. Por más férrea que nos parezca la cadena de producción y difusión mediática en distintos momentos históricos, una observación minuciosa nos revela la invariable presencia de *eslabones perdidos* que sitúan una fractura constante en el ámbito de los destinatarios. Y ello se trate de radios populares aconsejando a campesinos colombianos sobre sus cosechas, del Pato Donald condicionando ideológicamente desde sus viñetas o de gobiernos occidentales alarmando al mundo sobre la amenaza de las armas de destrucción masiva. Por otro lado, y desprendiéndose de la fractura citada, se constata que aquellos a quienes se dirige la producción mediática, los llamados "receptores", no pueden ser reducidos a un esquema de pasividad y disciplinamiento, sino que en ellos es identificable una voluntad de participación, una disposición a la réplica, por más que esta sea no más que la mitad del Avemaría.

Ello abría ante mí un ámbito de investigación tan vasto como poco hollado hasta entonces por mi parte, uno que me habilitaba a reflexionar sobre la comunicación como un proceso abierto que no acababa cuando las últimas flechas del cuadro comunicativo clásico llegaban al destinatario, sino que se imbricaba en la vida cotidiana de la gente y se ponía en juego en sus dinámicas de construcción cultural, toda

1 J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerarios para salir de la razón dualista*, Ediciones G. Gili, Naucalpan, México, 1989, pp. 96-97.

vez que con una relevancia insoslayable. De qué manera se articulaba y qué fuerzas concurrían en dicho proceso serían, pues, las interrogantes iniciales para adentrarme en este prometedor territorio donde, por fin lo comenzaba a vislumbrar, no me encontraría en modo alguno en el fin de trayecto de la comunicación, sino que justamente podría comenzar a transitar en pos de las huellas que trazan el camino que los "consumidores" hacemos al andar.

Dicho territorio constituía para mí, además de un campo de investigación muy atractivo que permitiría restituir la comunicación al ámbito de la *experiencia* concreta y de la vida cotidiana (del que mi anterior etapa académica se había encargado concienzudamente de erradicarla), una opción de urgencia ante determinadas tendencias predominantes en el contexto comunicativo del momento. Y es que, junto con líneas de trabajo que me resultaban inspiradoras y de gran interés, en aquel periodo de transición del segundo al tercer milenio tomaban cada vez más fuerza otras perspectivas comunicativas que estimaba, y estimo, poco halagüeñas y, como mínimo, altamente sospechosas. Concretamente, me refiero al marcado acento sobre la "globalización" y sobre las "nuevas tecnologías" de la comunicación y de la información.

En cuanto a estas últimas, en general la sensación de *déjà vu* (o *déjà lu*) resultaba difícilmente eludible en muchos trabajos que remitían directamente a lo estudiado sobre las reacciones ante las sucesivos inventos de la radio, la televisión o, por qué no decirlo, de la propia imprenta. En primer lugar, se recurría de nuevo a la fórmula de la *aparición*, mediante la cual los más intrincados ingenios técnicos quedan caricaturizados como fenómenos repentinos, inconexos y desgajados históricamente de cualesquiera determinantes económicos, sociales o incluso propiamente tecnológicos. Íntimamente ligado a esto, numerosos estudios coincidían, de forma más o menos consciente, en otorgar a dichas nuevas tecnologías la posición de *sujeto*, gramatical y, por extensión, teórico, de los más variados predicados educativos, comunicativos, políticos, artísticos, etc. De esta manera, en un ejercicio cercano a la prestidigitación argumental, mientras por un lado se nos

hurtan las matrices históricas de las innovaciones, los vectores que han concurrido para dotarlas de sus formas actuales, por el otro lado se las presenta a ellas precisamente como agentes impulsoras de las transformaciones, las cuales adquieren automáticamente la cualidad de *neutrales*, factores técnicos indiscutibles e irreversibles. Ejecutada esta maniobra, el campo queda abierto a las más dispares especulaciones, en un abanico que abarca desde el más eufórico de los ciber-mesianismos hasta las admoniciones más apocalípticas. Y así, ya sean "los videojuegos", "Internet" o "la televisión digital terrestre" provocarían hoy *per se* una profundización plena de la democracia o la sumisión total y la deshumanización a manos de las máquinas.

Por lo que respecta a la "globalización", considero que no conviene apresurarse demasiado a quitarle las comillas a un concepto que no es en absoluto contemporáneo (de hecho, se viene recurriendo a él para distintas empresas desde hace siglos) y que, además, disfruta en su formulación actual de un calado directamente proporcional a su vaguedad, cuando no directamente a su ininteligibilidad. Y ello de nuevo, a mi entender, de forma ampliamente deliberada y muy cuidadosa de evitar, si no reprimir, cualquier debate o protesta (qué mejor ilustración de esto que los muros y alambradas erigidas en Sevilla, Génova y demás ciudades donde se vienen reuniendo los organismos de decisión global para *proteger* a sus representantes de los ciudadanos), en lo que constituiría un intento de invisibilizar los factores políticos, sociales y económicos que la definen históricamente, a menudo de manera contradictoria, y la conforman tal y como es. Llegados a este punto, cabe identificar estas maniobras apelando a aquel proceso de *naturalización* por los "mitos" ante el que se rebelaba Roland Barthes hace casi cinco décadas:

> Esta transformación de la historia en naturaleza, de la existencia en esencia, es propagada en el ámbito del discurso por el mito. La imagen mítica, que es en realidad la máscara del concepto, se presenta como razón del concepto. Un sistema de valores se propaga así como una serie de hechos.[2]

2 R. Barthes, *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris, 1957, pp. 257-258. (La traducción

Y nuevamente estimo que las consecuencias de esta naturalización de la historia resultan profundamente negativas, no sólo en tanto que impiden aprehender la evolución que experimentan las formas de poder político y económico en las últimas décadas hasta dar lugar a los diseños sociales actuales, sino al borrar de un plumazo simultáneamente aquellas matrices históricas que apelan a la resistencia, a la oposición y cuya marca se encuentra igualmente inscrita en las dinámicas que vivimos hoy. De este modo, al mismo tiempo que la "globalización" vendría a legitimar los diversos desmanes de las clases dominantes bajo su apariencia irrevocable, estaría arrebatándonos los referentes conflictivos de los que ella misma es portadora y a los que los dominados podrían apelar y recurrir para su crítica. La relevancia de este despojo la cifro en el convencimiento de que dicha crítica ha de surgir de la asunción de que las réplicas a la letanía del poder por parte de las clases subalternas pueden y deben trazarse históricamente mucho más atrás de los campesinos colombianos y el rosario de nuestra anécdota.

es mía).

CAPÍTULO 1
DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1.
DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Delimitación del foco de estudio

Partiendo de las premisas expuestas previamente, esta investigación se propone ocuparse de las *prácticas de consumo* que la gente pone en marcha cotidianamente con respecto a los productos de las industrias culturales, y mediante las cuales son capaces de *reapropiárselos* para sus intereses y fines. Más allá, la atención que se dedica a dichas prácticas se basa en su comprensión como la declinación en el campo de la comunicación de lo que el historiador francés Michel de Certeau denomina las "maneras diferentes de *marcar* socialmente el desvío *(écart)* que una práctica opera sobre un dato"[3]. Es precisamente este sentido de divergencia operativa con respecto a los discursos comunicativos *recibidos* el que hace preferible el término "distorsión" para denominarlas (si bien se ha de volver sobre esta definición en el punto 4.1). Queda así sentado de inicio mi alejamiento fundamental de dos escuelas que insisten en ignorar y relegar a la docilidad y la sumisión completas a dichos consumidores, cada una desde sus específicos presupuestos y métodos de trabajo.

De una parte, se alude a aquella corriente funcionalista que hunde sus raíces en la teoría de la comunicación que surge a partir de la *Mass Communication Research*, iniciada por Harold D. Laswell en los años veinte. Este autor, en efecto, partió de la experiencia de la propaganda bélica de la Primera Guerra Mundial para desarrollar su modelo mecanicista de la "aguja hipodérmica" que, bebiendo de las teorías psicológicas conductistas, postula un efecto directo e indiferenciado de la comunicación sobre una población pasiva y

3 M. de Certeau, *La culture au pluriel*, Éditions du Seuil, París, 1993, p. 220. (La traducción es mía).

atomizada. Dicho modelo culminaría años más tarde con la célebre fórmula de las seis W, punto de partida de buena parte de la posterior sociología funcionalista sobre los *media*, que, si bien matizó la idea laswelliana del efecto todopoderoso con conceptos como el *two-step flow of communication* o el *gatekeeper* (del giro posterior con la teoría de *uses and gratifications* se dará cuenta más adelante), no puso en cuestión en ningún momento su raíz mecanicista e instrumental. Y ello ni siquiera (¿o habría que decir *por excelencia*?) en sus derivaciones críticas que, desde posiciones de izquierda, se ocupan de la cuestión de la dominación ejercida a través de los *media*. En efecto, demasiado a menudo estos trabajos atribuyen a los medios de comunicación tal omnipotencia y calado que caen también en un fatalismo de corte mecanicista que presupone a sus destinatarios inermes y sin margen de maniobra para evadirlos, rechazarlos o contestarlos, hasta el punto que Armand Mattelart acuñó para criticar sus postulados la expresión "*contrafascinación del poder*"[4].

Junto a ella, me refiero también a la teoría de la información que emana de la trasposición fluida de conceptos propios de la ingeniería de telecomunicaciones al terreno de la comunicación a partir de la obra "*The Mathematical Theory of Communication*" que Claude Shannon publicó en 1948. Es a partir de aquí que comienza a extenderse aquella concepción mencionada de la comunicación como una cadena, en un diagrama lineal que, partiendo de una "fuente", y pasando por un "emisor", darían finalmente en el blanco de su "destino" a través de un "receptor". Este trasvase conceptual de nociones electrónicas relacionadas con la transmisión y la codificación/descodificación, además de contribuir a respaldar el funcionalismo en sus presupuestos mecanicistas de los efectos, envolverá en una terminología técnica neutralizadora el proceso comunicativo, quedando lo que en él hay de no-lineal y no-maquinal (nada menos que sus complejos procesos de interacción y relación) fuera de sus cálculos y fórmulas.

En general, pues, para estas dos teorías el "receptor", como

4 A. Mattelart, "Notas al margen del imperialismo cultural", *Comunicación y cultura,* nº 6, México, 1979, citado en J.Martín-Barbero, *op.cit.*, p. 88.

mínimo, carece de relevancia, quedando reducido a individuo-masa más o menos atomizado al que se destina la diversa propaganda, o bien a ser la *diana* en el recorrido lineal y mecánico de las flechas de la transmisión de señales. Y subrayo ese "como mínimo" porque no pocas veces tal indiferencia deriva, particularmente en la corriente funcionalista, en una auténtica *degradación* de los consumidores, tachados de desvalidos, sumisos, aborregados. Más aún, se ha afirmado la tendencia a que tal deriva se recrudezca en aquellas versiones funcionalistas consagradas al cuestionamiento de la relación del poder con los medios de comunicación, confirmando plenamente la percepción de que cierta reflexión crítica en las ciencias sociales sólo parece ser capaz de detectar y estudiar la dominación a costa de juzgarnos de antemano a todos los demás como necios e ingenuos.

1.1.1. Prácticas de consumo

Ante tal perspectiva, manifiesto desde ahora que si algo *no* incumbe a la atención que esta investigación presta a las prácticas de consumo es justamente una visión tan estrecha y degradada de ellas como la que se ha expuesto. Bien al contrario, este trabajo sobre ellas estará guiado por aquella "ruptura clave"[5] que apunta desde hace décadas Martín-Barbero y que sintetiza en la conocida interrogante "¿Por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de quererlo, no sólo para los demás, sino para sí mismos?"[6].

Se trata, en definitiva, de desterrar la percepción pasiva de los dominados, para identificar su dimensión *activa*, esto es, su participación y conformación a la propia dinámica que los somete. Y será a partir de este reconocimiento, subraya el autor, que podremos concebir también los mecanismos de resistencia, de inconformismo que ellos ponen en liza para escaparse de tal opresión. Es justamente en este sentido en el que se definía más arriba aquella "reapropiación" de la cultura industrializada en virtud de su conveniencia que lleva a cabo la gente ordinaria y que se

5 J. Martín-Barbero, *op. cit.*, p. 88.
6 G. Deleuze y F. Guattari, *El Anti Edipo*, Paidós, Barcelona, 1995, p. 36.

tratará aquí de rastrear en sus prácticas de consumo comunicativo.

Y he aquí igualmente que adquiere plena vigencia la apuesta radical de Martín-Barbero por abordar los conflictos y antinomias que confluyen hoy en la comunicación desde un cambio de rumbo del eje de debate *de los medios a las mediaciones*, "esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales"[7]. Queda claro desde este momento, pues, que la atención que esta investigación consagrará al *consumo* ha de entenderse como una indagación en procesos de réplica (entendida por ahora de forma general) que dimanan de grupos y colectivos organizados (dejando de lado tanto la lógica del atomismo como la de la *militancia*). Por último, con respecto a aquel enojoso requisito que se atribuía en el párrafo anterior a cierta reflexión crítica, no está de más recalcar la adhesión de esta investigación a aquello que, a tal efecto, escribe Michel de Certeau:

> Pero en el momento en que el aparato científico (el nuestro) es llevado a compartir la ilusión de aquellos poderes de los que es necesariamente solidario, es decir, a suponer a la muchedumbre transformada por las conquistas y las victorias de una producción expansionista, siempre es bueno recordar que *no hay que tomar a la gente por idiota*.[8]

Más allá de estas consideraciones, será precisamente la influencia de las reflexiones que sobre los nuevos escenarios culturales emprende este autor desde los inicios de la década de los setenta la que determinará, a la hora de definir el foco de esta investigación, que nuestra atención se dirija eminentemente hacia las *prácticas*, y no particularmente hacia los sujetos que las ejecutan. Entiendo esta matización como cardinal por cuanto supone prescindir de cualquier visión de la recepción que retenga una concepción estática e individualista destinada a recortar de entre la sociedad los distintos

7 J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Ediciones G. Gili., Barcelona, 1987, p. 203.

8 M. de Certeau, *L´Invention du quotidien., vol 1. Arts de faire,* Éditions Gallimard, Paris, 1990, p. 255. (La traducción es mía).

perfiles del consumidor-modelo. No en vano, no se nos ha de escapar que hoy es precisamente dicha noción de la recepción entendida desde la perspectiva del individuo-consumidor aislado de su corporeidad social una de las más queridas por el discurso capitalista neoliberal. A ella apela dicho discurso como la justificación perfecta para la defensa a ultranza del mercado *libre*, al que se supone que concurriría aquel consumidor idénticamente libre de todo condicionamiento social, económico o de cualquier otra índole. Nos hallamos así ante la idea de la *soberanía absoluta* del consumidor, expresada a la perfección por el incombustible presidente de la *Motion Picture Association of America* (MPAA) hasta 2004, Jack Valenti, al respecto de la distribución cinematográfica: "Dejadles que miren lo que quieran. Dejadles que aprecien libremente. Confiemos en su sentido común. La única sanción aplicada a un producto cultural debe ser su fracaso o su éxito en el mercado"[9]. Por otro lado, nada me interesaba menos que, al asumir como objeto de estudio a aquel supuesto individuo-consumidor, la investigación acabara derivando en el seguimiento exhaustivo de sus "hábitos" o "estilos de vida", o en la prospectiva de sus "necesidades" y "deseos", esa especie de *etología de mercado* cultivada por los expertos en *marketing* (con notable influencia de la teoría funcionalista del *two-step flow*) y de la que ya tuve una considerable ración en mi etapa de licenciatura.

Así pues, al enfocar la tarea de esta investigación sobre las prácticas se apuesta por poner el acento en el consumo definido por la multiplicidad de relaciones humanas y esquemas de acción que en él se ponen en juego y que superan y ponen en crisis no sólo la rígida estructura de manufactura de aquellos "productos culturales", sino las propias cuadrículas en las que se pretende encajar la socialidad y la vida cultural. Nada, en definitiva, que no adelantara ya en 1974 de Certeau al calor de la insurrección de mayo del 68: "Lo *operativo*, lo *ilocutivo*, lo "*trivial*" (que es también lo fundamental), estos son los ejes de la revolución cultural que se esboza en la base, diseminada en innovaciones

9 J. Valenti, en *Le Monde*, 11 de marzo de 1993, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, Paidós, Barcelona, 2000, pp. 416-417.

que hormiguean bajo la hierba"[10].

10 M. de Certeau, *La culture au pluriel*, p. 218.

1.1.2. Industrias culturales

Abundando en la delimitación del foco de estudio, considero asimismo relevante precisar en qué sentido me sirvo de la noción "industrias culturales" para orientar las pesquisas en torno al consumo. Dicha noción ha experimentado, en efecto, una notable evolución desde que a finales de la década de los cuarenta, y en el nuevo contexto político surgido tras la Segunda Guerra Mundial, fuera puesta en circulación por dos de los representantes de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer. Muy esquemáticamente, la producción moderna de la cultura entraña, para estos autores, la irrevocable degradación de esta a la categoría de *mercancía*, en virtud de la imbricación plena de dicho proceso en la lógica industrial. En efecto, dicha lógica implica, por una parte, una inversión de capital y una división del trabajo, gestionadas mediante las refinadas técnicas de *management*; y, por otra parte, la serialización y estandarización cultural que, según ellos, entraña una grave amenaza de control social y de envilecimiento, y ello a través de una cultura reducida a puro *entretenimiento* que mimetizaría trabajo y ocio en una estructura en cadena y ulteriormente anularía la crítica y la resistencia. De su análisis de este planteamiento de la "unidad del sistema" (por la cual la fabricación en cadena de transistores equivaldría a la producción editorial o radiofónica) Martín-Barbero concluye la necesidad de una crítica profunda centrada en dos polos: En primer lugar, el "*esquematismo*" totalizador que se deriva de la mencionada unidad, del cual se desprendería que "todos los films dicen lo mismo" al considerar que toda su trama "no es más que el triunfo del capital invertido"[11]. En segundo lugar, la "*atrofia de la actividad*" del espectador, que Martín-Barbero de nuevo localiza eminentemente en los trabajos de Adorno y Horkheimer sobre el cine: "el film no deja a la fantasía, ni al pensar de los espectadores, dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta, con lo que adiestra a sus víctimas para identificarlo inmediatamente con la realidad"[12].

11 M. Horkheimer y T. Adorno, *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sur, Buenos Aires, 1971, p. 151, citados en J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 50.

12 M. Horkheimer y T. Adorno, *Dialéctica del Iluminismo*, p. 153, citados en *ibid.*, p.

A lo largo de las últimas décadas, no obstante, el concepto de "industrias culturales" se ha ido asentando cada vez más en los estudios de comunicación, superando diferencias notables de paradigma, y ello, tal como subraya Enrique Bustamante, tras recorrer "un largo camino de despojamiento de sus iniciales connotaciones nostálgicas o peyorativas"[13]. El empleo que de este término se realiza en el presente estudio es, de hecho, fundamentalmente deudor de la precisión conceptual que de él lleva a cabo Bustamente en su introducción a la obra "Hacia un nuevo sistema mundial de información. Las industrias culturales en la era digital".

Para empezar, me interesa su defensa de la mayor precisión de esta denominación respecto a la clásica de "medios de comunicación masivos" o, más allá, de "cultura de masas", en la medida en que estas, *sensu stricto*, sólo darían cuenta de que aquellos productos culturales que se ajusten a un esquema comunicativo de punto a masa (excluyendo así la consideración del libro, del disco o de la propia prensa escrita). Frente a ello, Bustamante estima que las "industrias culturales" nos permiten ampliar el foco hasta englobar "toda una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias en soportes materiales o inmateriales, van al encuentro de sus receptores"[14]. Junto a ello, por supuesto, subraya Bustamante su pertinencia para reflexionar sobre la insoslayable trabazón contemporánea de la cultura con la industria y el mercado, que crecientemente tratan de someterla (desde el momento de su producción hasta el de su uso) a los engranajes de la homogeneización, la difusión masiva, la rentabilidad y la producción/satisfacción de necesidades. Y ello sin caer en dos tentaciones fundamentales de la concepción clásica de las industrias culturales.

51.

13 E. Bustamante, "Las industrias culturales, entre dos siglos", en E. Bustamante, (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de información. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2003, p. 22.

14 *Ibid.*, p. 21.

Por un lado, la rendición al pesimismo fatalista y paralizante que subyace en las teorías de Horkheimer y Adorno. Bien al contrario, es justamente para afrontar los formidables conflictos que pone sobre el tapete aquella relación que Bustamante apela a una investigación que no puede permitirse el lujo de eludir la consideración de los continuos entrecruzamientos, relaciones y también contradicciones que se dan entre cultura y comunicación e industrialización: "este concepto [las industrias culturales] tiene la ventaja de unificar el campo de la cultura industrializada con el de los medios informativos, o mejor dicho, de restituir la unidad y las interrelaciones que mantienen ambos en la práctica"[15].

Por el otro, la equiparación total de las industrias culturales al resto de industrias, que pasaría por alto algunos rasgos específicos de estas, imprescindibles para comprender su funcionamiento. En este sentido, Bustamante ha tratado de corregir tal tendencia teórica, recogiendo una serie de características que recalcan la especificidad del fenómeno de industrialización de la cultura: preeminencia del trabajo simbólico y de la personalidad del creador, con lo que ello conlleva de complejidad en el subsiguiente proceso de valorización económica (ampliamente arbitrario y de alto riesgo); imperativo de renovación constante, que tropieza frontalmente con el de la estandarización industrial; y una estructura económica particular caracterizada por unos elevados costes fijos (frente a los reducidos costes variables y marginales), que las empujan incesantemente a la concentración y a la internacionalización para reducir sus riesgos y beneficiarse de las economías de escala. En última instancia, a estas notas distintivas, centradas en aspectos culturales y económicos, añade Bustamante otras referidas específicamente a su forma de consumo (las cito brevemente, pero alguna de ellas las retomaremos con más detalle en el capítulo cuarto): su naturaleza de bienes indivisibles e inagotables, que dificulta su mercantilización; la profunda incertidumbre de su consumo y la proliferación consiguiente de instancias especializadas en la intermediación; la naturaleza acumulativa de dicho consumo; y el efecto

15 *Ibid.*, p. 22.

de diferenciación social ligado a él[16].

16 *Ibid.*, pp. 23-24.

1.1.3. Lo cotidiano como campo de investigación

Una última matización resulta aún decisiva para afinar la definición del objeto del que se ocupa esta investigación, si bien, a fuer de ser precisos, la cuestión atañe más bien al esbozo del campo de estudio. Porque, ¿adónde ir a buscar estas prácticas de consumo? La respuesta, preñada de nuevas interrogantes, ya se comenzó a formular más arriba al identificar explícitamente la *vida cotidiana* como terreno por explorar. Y ello, antes de nada, a causa de una insatisfacción esencial con tantos trabajos que, aparentemente consagrados a indagar en el "consumo" dentro del ámbito de la comunicación, nos dejan tal y como estábamos al no habilitar (o no consentir) ningún resquicio por donde la experiencia y la interacción sociales con los *media* pueda aflorar, ninguna traza que nos aproxime a lo que la gente percibe, siente y vive *mediante* ellos. Y esto deviene especialmente frustrante cuando de "estadísticas de consumo" se trata, cuyas categorías y presupuestos previos suelen llegar al final de la investigación inmaculados, indemnes al contacto con sus *muestras*, a las que se contempla como meras suministradoras de los datos homogeneizados con que rellenar las cuadrículas diseñadas de antemano y sin tenerlas en cuenta. De esta especie de *interrogatorio*, ¿exactamente qué podemos esperar retener de las prácticas de los usuarios más allá de un mareante baile de cifras auspiciado por las modernas aplicaciones informáticas de recopilación y tratamiento de datos?

Una segunda insatisfacción guía esta búsqueda del territorio de investigación, insatisfacción que ya se entrevé en las consideraciones sobre las industrias culturales que se han tomado de Bustamante, concretamente en su énfasis por rescatar los lazos entre medios de comunicación y cultura, y la influencia en ellos de factores económicos, políticos, etc. Se trata de la insatisfacción provocada por aquella angosta visión de la comunicación que orienta todos sus esfuerzos hacia la acotación de una parcela científica *propia* y que acaba determinando un encierro en el círculo vicioso que reduce lo comunicativo al ámbito circunscrito por los medios de comunicación. Poco llegaríamos a comprender acerca de los múltiples usos que da la gente a lo que les

llega de los medios si nos parapetáramos en los límites definidos por ellos (ya fuera desde una perspectiva tecnológica, ideológica, etc.) y tratáramos de comprenderlos sirviéndonos de elementos exclusivos de la disciplina de la comunicación. Definitivamente, el interés que motiva este estudio me impele a rechazar tales servidumbres disciplinares y a superar la fragmentación que impone la actual tendencia hacia la hiperespecialización.

Así pues, de entrada se impone reconocerle plena pertinencia a aquella "des-territorialización"[17] que Martín-Barbero reivindicó para la comunicación hace casi dos décadas. Con tal denominación, este comunicador al que Rosana Reguillo otorgaría el "noble título de cartógrafo mestizo"[18] sintetizaba la apuesta que numerosos investigadores venían lanzando hacia instrumentos de conocimiento *transdisciplinares* y, sobre todo, la urgencia de reconocer las tramas humanas, la experienca vital y social y la creatividad que fluyen bajo la superficie de las tecnologías y los mecanismos mediáticos, asumiendo la cotidianeidad, no como tema que rescatar nostálgicamente o que aislar etnológicamente para descifrarlo, sino como terreno, por más que movedizo y esquivo, que explorar. Es esta la convicción y la intención que esta investigación comparte y cuya traza puede, en efecto, ser advertida en corrientes científicas de diversa procedencia, de las que a continuación cito someramente algunas especialmente inspiradoras.

De la historia, por ejemplo, parten interesantes esfuerzos en este sentido, y así ya desde 1929 los historiadores de la Universidad de Estrasburgo Marc Bloch y Lucien Febvre comienzan a editar el periódico "*Annales d'histoire économique et sociale*", que dará nombre a una innovadora escuela histórica radicada en Francia, *l´École des Annales*. Los autores de dicha escuela marcan claramente las distancias con las corrientes históricas hegemónicas en el siglo XIX, rechazando la atención exclusiva a los grandes eventos militares, políticos o

17 J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, p. 151.

18 J. Martín-Barbero, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 2002, p. 10.

diplomáticos, para privilegiar un enfoque de larga duración ("*la longue durée*") que permita examinar la evolución y continuidad históricas de las estructuras sociales. Junto a ello, se muestran abiertos al intercambio con otras ciencias sociales (la geografía, la economía, la sociología o la psicología social) para complementar y enriquecer sus estudios, al tiempo que recurren a una mucha mayor pluralidad de fuentes para ellos. Será precisamente un discípulo de Febvre, Fernand Braudel, quien se convertirá en uno de los representantes más destacados de la "segunda generación" de esta escuela, junto con Pierre Goubert y Ernest Labrousse, produciendo una serie de obras que adquirirán una gran influencia, especialmente en los años sesenta.

La herencia de esta escuela será decisiva en la formación en Francia, desde mediados de los años setenta, de la corriente conocida como *Nouvelle Histoire* o *Histoire des mentalités*. Esta escuela, entre cuyos principales representantes se encuentran Jacques Le Goff, Pierre Nora o Philippe Ariés (también con notables trabajos de de Certeau), se consagra a examinar las representaciones colectivas y las estructuras mentales que configuran las sociedades, y ello con especial atención hacia materiales que la Historia clásica desdeña como secundarios o marginales (relatos orales, diarios personales, correspondencia, actas judiciales, iconografía). En este sentido hay que destacar la brecha que había abierto a comienzos de esa década Georges Duby en la segunda generación de la Escuela de los Anales (y en general, en la concepción de la historia predominante en esta época) con su resarcimiento del valor histórico del suceso y de la narración ya desde la publicación en 1973 de "*Le Dimanche de Bouvines*" (El Domingo de Bouvines")[19]. Igualmente influyentes resultarán para la Nueva Historia las originales aportaciones de este especialista en la Edad Media por lo que respecta a la función clave que la *representación* (noción proveniente de la psicología social que se refiere a un *sentido común* que comparten los integrantes de un grupo social o de una cultura y que determina una forma de interpretar el mundo y de relacionarse con él) ejerce en la conformación de los vínculos, los comportamientos y la propia organización en el seno de una sociedad. Junto a ellos, los trabajos de Vernant y Detienne, conjuntos o

19 G. Duby, *Le Dimanche de Bouvines*, Gallimard, París, 1973.

por separado, supieron enriquecer con aportaciones de la antropología un análisis histórico de la cultura y la mitología en la Grecia Antigua desde el que tender puentes con las prácticas cotidianas contemporáneas.

En el Reino Unido estas mismas inquietudes dan pie a la *social history*, también llamada *grass-roots history*, en la que ya desde los sesenta despunta la obra de Edward P. Thompson. Este historiador, de hecho, influirá en toda una generación de estudiosos comprometidos con la historia *desde abajo*, que atenderá a los grupos dominados e invisibles para la Gran Historia (proletarios, mujeres, minorías étnicas o sexuales) mediante un estudio de la evolución cotidiana de las normas, los comportamientos y las costumbres sociales. Sin ir más lejos, la definición que Thompson propone del concepto de "clase" centrada en la *experiencia* constituye una fuente de inspiración para muchos pensadores posteriores:

> Y la clase se da cuando algunos hombres, como resultado de experiencias comunes (heredadas o compartidas), sienten y articulan la identidad de sus intereses como algo entre ellos y contra otros hombres cuyos intereses son diferentes (y generalmente opuestos) a los suyos. [...] La conciencia de clase surge de modos parecidos en diferentes épocas y lugares, pero nunca exactamente del mismo modo[20].

En Italia, la influencia de Thompson llevó en los setenta a Giovani Levi, Carlo Ginzburg y otros historiadores agrupados en torno a la revista *Quaderni Storici* a impulsar las pesquisas sobre la *microstoria*, que apuesta por una reducción a escala microscópica de la historia para inducir una comprensión de la evolución social a través de los testimonios y acontecimientos particulares de los individuos.

Otras aportaciones decisivas a este escudriñamiento de lo cotidiano se las debemos a la feliz confluencia en Francia a partir de finales de los años sesenta de sociología, filosofía y antropología (junto

20 E. P. Thompson, *The Making of the English Working Class*, Victor Gollancz, Londres, 1963, p. 9. (La traducción es mía).

con aportaciones desde la etnología y la psicología), la cual podemos interpretar en buena medida como el eco amplificador de la explosión que esta cuestión experimentó en torno a mayo del 68. Evidentemente, antes de esta fecha dichas preocupaciones habían comenzado a emerger de modo inequívoco, ocupando un lugar destacado en cierto pensamiento heterodoxo de izquierdas. Así, es difícil no reconocer la huella de la conceptualización de la *cotidianeidad* que el sociólogo Henri Lefebvre emprendió a través de la revisión de postulados marxistas, primero estudiando sus mutaciones en el ámbito rural, para posteriormente concentrarse en la alienación y mistificación que, según él, la plagaban en la moderna vida urbana. En este sentido, la lectura del "texto social" que aborda en los tres volúmenes de su obra "*Critique de la vie quotidienne*"[21] constituye una referencia recurrente para entender los cambios sociales de la época, si bien se destaca como decisivo el segundo volumen, cuyas reflexiones y diagnósticos críticos lo sitúan, en el umbral de los convulsos sesenta (se publica en 1961), como una de las figuras intelectuales que anticipan y prefiguran lo que acontecería en mayo del 68. En cualquier caso, no puede dejar de considerarse inspirador que ya en el primer tomo de 1947 este sociólogo entreviera claramente que "la sustancia de la vida cotidiana, la humilde y rica `materia humana´, *atraviesa toda alienación y funda la desalienación*"[22].

Esta crítica de la alienación cotidiana, eminentemente en sus expresiones artísticas, políticas y ya plenamente *mediáticas*, se encuentra incorporada también desde comienzos de los sesenta en buena parte de la actividad y los escritos de la *Internationale Situationniste* (sobre la que me detengo en el capítulo cuarto). Entre estos últimos, amén del célebre "*La Société du Spectacle*"[23] de Guy Debord, publicado en 1967, pueden

21 -H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. I. Introduction*, París, Grasset, 1947.
-H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. II. Fondements d'une sociologie de la quotidienneté*, L´Arche, París, 1961.
-H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. III. De la modernité au modernisme (Pour une métaphilosophie du quotidien)*, L´Arche, París, 1981.

22 H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. I. Introduction*, p. 109. (La traducción y la cursiva son mías)

23 G. Debord, *La société du spectacle*, Gallimard, París, 1992.

destacarse otros dos en los que el argumento es tocado explícitamente: "*Traité de savoir-vivre à l´usage des jeunes générations*"[24], de Raoul Vanegeim (de hecho traducido al inglés como "*The Revolution of Everyday Life*") y "*Perspectives de modifications conscientes dans la vie quotidienne*", en el que Debord asevera: "La vida cotidiana no criticada implica hoy la prolongación de las formas actuales, profundamente degradadas, de la cultura y de la política, formas cuya crisis extremadamente avanzada, sobre todo en los países modernos, se traduce en una despolitización y en un neo-analfabetismo generalizados"[25]. Igualmente es perceptible dicha influencia en las ideas del filósofo berlinés Herbert Marcuse, especialmente en su célebre obra de 1967 "El hombre unidimensional"[26], donde, anticipando la emergencia de lo que hoy se denomina "pensamiento único", realiza una profunda crítica del aparato productivo de la sociedad capitalista avanzada, al considerar que implica una pérdida dramática de libertad y una represión y manipulación de los deseos y necesidades del hombre, sobre cuya vida cotidiana se ejercería un dominio cada vez más intrusivo, y a la vez sutil, mediante la tecnología.

Habrá que esperar a la resaca del 68, no obstante, para que se fragüe aquella confluencia intelectual de la que aquí destaco sucintamente a tres autores, Pierre Bourdieu, Michel Foucault y el citado Michel de Certeau, quienes, desde diversos ángulos, se aventuran en los difusos contornos de lo cotidiano. Por lo que concierne a Bourdieu, va a consagrar ampliamente su labor sociológica a la crítica a las teorías sobre la acción y el sujeto dominantes en aquel momento mediante la noción de *reproducción*. Esta *idée-force* que recorre toda su obra supone un alejamiento de los postulados marxistas que explican el mantenimiento de las relaciones sociales de dominación en términos exclusivamente

24 R. Vanegeim, *Traité de savoir-vivre à l´usage des jeunes générations*, Gallimard, París, 1967.

25 G. Debord, "Perspectives de modifications conscientes dans la vie quotidienne", en *International Situationniste*, nº 6, París, agosto de 1961. Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is6.htm (última consulta: 13 de agosto de 2006) (La traducción es mía).

26 H. Marcuse, *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Ariel, Barcelona, 1994.

económicos y una defensa de la primacía de los factores culturales y simbólicos entre los mecanismos por los que los actores dominantes tratan de perpetuar las relaciones sociales de subordinación. A partir de aquí, Bourdieu bucea con agudeza en las prácticas cotidianas para extraer de ellas elementos con que sustentar su teoría de la acción basada en el *habitus* de clase, que define como un conjunto de disposiciones duraderas basadas en la incorporación de la experiencia del agente, disposiciones que habilitan a este para posteriormente trasponerlas con el fin de interpretar y afrontar las diversas exigencias del mundo social. Más allá de este esquema analítico donde dichas prácticas cotidianas son insertas y sistematizadas, el esmerado y minucioso estudio etnológico que, especialmente en "*Esquisse d´une théorie des pratiques*"[27], lleva a cabo sobre la organización del hogar o las estrategias matrimoniales y reproductivas de la Cabilia o el Béarn, supone una cumbre en el (re)descubrimiento del espesor y la complejidad de las tramas sociales que habitan en lo cotidiano.

Será este espesor y complejidad de lo cotidiano el que atraiga también la atención de Michel Foucault, si bien desde una óptica de la dominación sensiblemente distinta. Así, este filósofo sacude los cimientos de la concepción clásica del poder como algo localizable en estructuras, en instituciones o en el Estado, defendiendo que se definiría más bien como una relación de fuerzas que se desprende de una situación estratégica en un contexto social concreto, relación de fuerzas para la que acuña el término *biopoder*. Y si, según él, el poder no es sino una relación, entonces este se hace presente en todas partes, atravesando a los sujetos en su interacción social, no sólo en la clásica forma de la represión, sino como producción de una suerte de invasión y gestión de la cotidianeidad humana. Uno de sus más célebres e influyentes análisis de esta "*microphysique du pouvoir*" lo constituye sin duda la obra "*Surveiller et punir*"[28], en la que Foucault desarrolla su concepto de la

27 P. Bourdieu, *Esquisse d´une théorie des pratiques*, Droz, Ginebra, 1972.

28 M. Foucault, *Surveiller et punir: Naissance de la prison*, Gallimard, París, 1975. Pese a la innegable originalidad de esta obra, no quiero dejar de apuntar que un año antes, en 1974, el Festival de Cine de Cannes concedía la Palma de Oro a "*The Conversation*", tercera película de Francis Ford Coppola, en la que este realiza ya

"disciplina-mecanismo" que, a través de la "vigilancia" que se inserta en las propias relaciones interpersonales de forma más o menos consciente y de las novedosas "tecnologías de castigo", propicia la interiorización del poder, dejando atrás la represión y prohibición clásicas (la "disciplina-bloqueo"). Traducción muy particular por el poder de la célebre consigna del 68, "*Défense d´interdire*" ("Prohibido prohibir").

Partiendo de estos postulados, el autor emprende en esta obra un radical desplazamiento del foco de examen de los aparatos institucionales y legalizados de poder, que remiten a aquella concepción monolítica de este que él pretende socavar, a un rastreo, a través de los sistemas penitenciario, médico y escolar que se conforman en el siglo XIX, de lo que podríamos denominar las prácticas cotidianas de disciplinamiento, a las que él asigna (entre otros) el nombre de "dispositivos". Estos dispositivos, por tanto, se corresponderían con la lógica del poder que se ejerce subrepticiamente sobre dimensiones *micro* (ínfimas, difusas o técnicas) y que "vampiriza" así las instituciones surgidas del reformismo de las Luces a finales de siglo XVIII, sustituyendo su elaborado sistema judicial de punición por el refinamiento de "procedimientos" y "maquinarias" que permean cada vez más parcelas vitales.

La consecuencia última de ello, que Foucault señala como una revolución radical en la historia de la humanidad, sería la conformación de la sociedad moderna como una "prisión continua", a imagen y semejanza del "Panopticon", aquel modelo de cárcel que diseñara Jeremy Bentham para que todo pudiera ser vigilado desde un solo punto y sin ser visto, de modo que virtualmente los presos no necesitarían ser custodiados porque habrían interiorizado el control hasta el punto de vigilarse a sí mismos. La influencia de esta y otras obras de Foucault ha alcanzado a numerosos científicos sociales, médicos, psiquiátras y es especialmente palpable en su impacto sobre el resurgir del movimiento feminista (si bien no hay que olvidar que dicho impacto es recíproco)

un certero y estremecedor diagnóstico de la expansión de las nuevas tecnologías de intrusión y control, con una magistral escena final que ilustra bien algunas de las propuestas de Foucault.

que, enarbolando el lema "lo privado es político", dio lugar a corrientes teóricas como los *Gender Studies* o *Women´s Studies*, consagradas a escudriñar la vida cotidiana de las mujeres para detectar y visibilizar en ella los mecanismos de dominación masculina.

Mayo del 68 también marcaría el devenir intelectual y vital del mencionado Michel de Certeau, profundamente conmocionado por la sacudida cultural que por entonces recorre Francia y otras zonas del mundo. Sus consideraciones sobre la vida cotidiana han sustentado y animado profundamente mi travesía por este territorio y es por ello que les dedico a ellas una atención especial en este apartado. A partir de 1968, en efecto, algo (mucho) de la forma de concebir la cultura y de actuar en ella es dejado atrás para siempre y se abre una aguda crisis en la que numerosos interrogantes asaltan a este pensador, tal y como refleja su famosa declaración en "*La prise de parole*", obra publicada ese mismo año:

> Un acontecimiento: la toma de la palabra. El pasado mayo, la palabra fue tomada como se tomó La Bastilla en 1789. La plaza fuerte que se ocupó es un saber detentado por los dispensadores de la cultura y destinado a mantener la integración o el encierro de los trabajadores, estudiantes y obreros en un sistema que les fija cómo funcionar. De la toma de la Bastilla a la toma de la Sorbona, entre estos dos símbolos, una diferencia esencial caracteriza el acontecimiento del 13 de mayo de 1968: hoy, es la palabra prisionera la que ha sido liberada.[29]

Dichos interrogantes lo conducen finalmente a reconsiderar de raíz la perspectiva sobre la que se fundaba su reflexión anterior y a hacer borrón y cuenta nueva para partir en pos de un terreno de investigación desde el que poder dar cuenta de tales mutaciones, las cuales interpreta como un movimiento híbrido que se resiste a dejarse atrapar por el anonimato y el disciplinamiento crecientes de una sociedad de consumo que reduce a aquellos "trabajadores, estudiantes y obreros" a clientes

29 M. de Certeau, *La prise de parole et autres écrits politiques*, Éditions du Seuil, París, 1994, p. 40. (La traducción es mía)

pasivos. De aquí su apuesta apasionada por la vida cotidiana, que en él adquiere un cariz sensiblemente divergente de aquella atención que veíamos que le dedica Michel Foucault. Pues allá donde este acude a descubrir y descifrar la expansión de los procedimientos minúsculos y penetrantes que constituyen aquella "microfísica del poder", de Certeau, sin ignorar el calibre de tal movimiento opresor, no deja de asombrarse al detectar la multiciplidad diseminada de signos que apuntan, en una dimensión igualmente *micro*, a la resistencia y la creatividad de gente ordinaria que burla el control de la maquinaria del poder en una porfía nómada por (re)conquistar una libertad que siempre es provisional.

Y ello ya desde sus primeros trabajos de los setenta, fundamentalmente el citado "*La culture au pluriel*", del que las conclusiones nos adelantan algunas pistas decisivas de su orientación posterior. En dicha obra el historiador francés hace notar cómo los mecanismos de disciplinamiento que despliega el sistema para encasillar lo social son incesantemente puestos en jaque por prácticas cotidianas que desafían la planificación autoritaria en el urbanismo, en los *media*, en la educación formal, en el trabajo asalariado o incluso en la propia religiosidad. Abundan, según él, los síntomas que apuntan a una ruptura, a un conflicto hondo que subyace bajo la estructura social, aparentemente homogénea y estable, y que sintetiza en dos contradicciones esenciales: *cultura dura-cultura blanda* y *cultura en singular-cultura en plural*.

Por cultura *dura* designa el autor la de aquellas industrias que, a lo largo del siglo XX, mutan el acceso universal a la cultura en "recepción" homogeneizada y operan la traumática represión de sus vertientes populares destinada a convertir al pueblo en *público*. A lo largo de este periodo, la cultura se convierte a manos de dichas industrias en "terreno de un neocolonialismo [que] instala allí imperios, como las naciones europeas del siglo XIX ocupaban militarmente continentes desarmados"[30]. A ella se contrapone la *blanda*, ese pulular múltiple y escurridizo que se obstina en desbaratar los cálculos de la anterior racionalidad con su fluidez y su uso desviado ("salvaje") de los signos

30 M. de Certeau, *La culture au pluriel*, p. 206.

prefabricados, actividad desconocida (si no rechazada) para los análisis estadísticos o apegados a la transparencia del significante.

La segunda de las contradicciones remite en de Certeau a dos maneras de aproximarse a lo que para él constituye la fascinante y enigmática "noche oceánica" de la cultura, donde se funden una "vida opaca, testaruda", que atesora en un mosaico de prácticas cotidianas la memoria silenciosa e intangible de mutaciones y agitaciones pasadas, con las emergentes invenciones que irrumpen creativamente señalando las insurrecciones por venir. "Esta frontera móvil", alegará de Certeau, "separa a los hombres del poder de `los otros´"[31]. Dicha frontera supone, pues, desde la perspectiva *singular*, una disfunción, un estorbo, más aún, un agravio para su encasillamiento político o científico de lo social. Frente a ella se erige un proyecto totalitario que ansía sepultar *lo otro*, las prolíficas divergencias culturales que no se conforman al signo del poder, bajo un horizonte de unificación. Esquiva y resistente, la cultura *en plural*, defiende de Certeau, escapa a tal empuje horadando infatigablemente en lo cotidiano las brechas por donde alcancen a expresarse voces insospechadas y discordantes, creaciones desbordantes y desatadas y, de esta suerte, "apela incesantemente a un combate"[32].

Así pues, encontramos ya tempranamente en el autor francés aquella sensible fascinación ante la vida cotidiana a la que se aludió más arriba, la cual poco tiene que ver con esa otra que, imbuida por la óptica del poder, identificaba la penetración por doquier de los dispositivos disciplinarios:

> Lo cotidiano está preñado de maravillas, espuma tan deslumbrante, sobre los ritmos largos del lenguaje y de la historia, como aquella de los escritores o de los artistas. Sin nombre propio, toda suerte de lenguajes dan lugar a estas efímeras fiestas que surgen, desaparecen y reaparecen.[33]

En 1980, seis años después, el antropólogo francés retoma estas

31 *Ibid.*, p. 211.
32 *Ibid.*, p. 213.
33 *Ibid.*, p. 216.

cuestiones con gran minuciosidad y sutileza en el primer volumen de "*L´invention du quotidien*", subtitulado "*Arts de faire*", donde, conviene recalcarlo, la influencia de la citada "*Surveiller et punir*" es admitida desde sus planteamientos preliminares. No en vano, Michel de Certeau parece detectar una preciosa fuente de inspiración en los mecanismos que tan concienzudamente analiza Foucault, pues aquellos "dispositivos", "procedimientos", "instrumentaciones" (denominaciones que remiten continuamente a una dimensión microscópica, subrepticia y furtiva) que analiza este indican para el historiador francés precisamente la potencia de las prácticas cotidianas para desplazar y cortocircuitar las estructuras dominantes. A partir de aquí se trataría, según él, de cambiar el foco desde el ámbito de la *producción* de disciplinamiento (que privilegia el estudio de las "tecnologías" de vigilancia y castigo) al de su puesta en jaque por parte de los *consumidores* (eufemismo que, según de Certeau, trata de ocultar su auténtica condición de *dominados*), aprestándose a "distinguir las operaciones casi de microbio (*quasi microbiennes*) que proliferan en el interior de las estructuras tecnocráticas, cuyo funcionamiento desvían mediante una multitud de `tácticas´ articuladas sobre los `detalles´ de lo cotidiano"[34].

Este trascendental viraje investigador, que lo conduce a lo largo de la obra a repasar diversas teorías precedentes al respecto, así como a transitar por los modos cotidianos de practicar el espacio, de emplear la lengua y de creer[35], supone reconocer que existe una contrapartida a aquel "neocolonialismo" cultural que toma lo cotidiano como presa por excelencia de sus procedimientos de sujeción social. Porque la vida cotidiana contendría asimismo, en el sigilo y la multiplicidad irreductible de sus prácticas, un decisivo componente de inconformismo y de invención que no hay que pasar por alto si se pretenden abordar las encrucijadas culturales donde se juega hoy la configuración de nuestra sociedad en otros términos que los derrotistas de una presunta condena a la pasividad y a la dominación. Tal viraje queda sintetizado por el autor

34 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. XL.

35 A los modos de habitar y cocinar se consagraría el segundo volumen de esta obra, aparecido en el mismo añó: M. de Certeau, L. Giard y P. Mayol, *L´invention du quotidien, vol. 2. Habiter, cuisiner*, Union Générale d´Éditions, París, 1980.

francés en una noción, la de "antidisciplina", que a partir de entonces cala profundamente en ciertas corrientes de las ciencias sociales y, de modo destacado, en los *cultural studies*: "Estos procedimientos y astucias de consumidores componen, en última instancia, la red de una antidisciplina, que constituye el tema de este libro"[36].

He aquí, pues, las claves que van a guiar mi incursión en el territorio de esta investigación. Claves que, tal como hemos visto, llevarán a estudiar el consumo (ese "eufemismo") de los productos de las industrias culturales más allá de dichas industrias, sin recluirse en lo que pasa en los grandes *media* o en lo que acota la disciplina comunicativa. Queda así expresada la intención de adentrarse en la "noche oceánica" de lo cotidiano, metáfora con la que de Certeau advertía ya de que aquel análisis que intentara abarcarla y reducirla a sus generalizaciones se toparía con la "frontera de un silencio"[37] de la que sólo extraerían signos muertos. Y si se abrían estas consideraciones con la apuesta por la "desterritorialización" que Martín-Barbero lanzaba en "De los medios a las mediaciones", concluyen aquí con su recreación de la metáfora de de Certeau en esa misma obra, donde defiende que si alguna reterritorialización cabe, esta habrá de venir de la mano de un "mapa *nocturno*":

> pero la más secreta tendencia parece ir en otra dirección: la de avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa *nocturno*. Un mapa para indagar no otras cosas, sino la dominación, la producción y el trabajo, pero desde el otro lado: el de *las brechas, el consumo y el placer*.[38]

36 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1*, p. XL.
37 M. de Certeau, *La culture au pluriel*, p. 211.
38 J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 229. (La cursiva es mía)

1.2. Hipótesis y objetivos

Previamente a determinar la hipótesis de partida considero imprescindible aclarar que el propósito primordial de esta investigación no consiste en corroborar o rechazar una serie de aserciones y postulados previos sobre el foco de estudio que nos ocupa. Ni la naturaleza del objeto delimitado, ni el campo donde me adentro a explorarlo, ni la motivación que me anima a ello (tampoco el cuerpo de estudios existente al respecto) auguran nada provechoso de un examen que acotara, de antemano e ignorando los condicionantes del terreno, una relación entre variables y persiguiera sólo aquellos aspectos que *se conformaran* al molde así predeterminado, ya para confirmarlo, ya para refutarlo. Tal proceder entrañaría descartar y desentenderse de ese *resto* histórico, conceptual y, sobre todo, operativo que constituye justamente el centro de interés de la perspectiva desde la que se acomete este trabajo.

Opto, en consecuencia, por plantear una serie de hipótesis exploratorias que no pretenden avanzar resultado alguno, sino servir de guía para orientar los esfuerzos y la metodología de la investigación, así como para ulteriormente introducir y organizar los frutos que de él se extraigan, sin que ello implique ignorar o invalidar aquellos otros resultados que no estuvieran contemplados en ellas. Una vez realizada esta aclaración sobre el papel que desempeña la formulación de hipótesis en nuestra investigación, paso a la formulación de cada una de ellas:

a) La primera hipótesis, que ya se adelantó previamente, consiste en que la gente ordinaria o, en los términos que se ha venido manejando, los *consumidores*, no somos necesariamente ingenuos o dóciles ni tampoco estamos condenados a la pasividad en el proceso comunicativo. Sobre esta base fundamental se formulan las siguientes hipótesis, estas ya plenamente exploratorias.

b) La segunda, de índole histórica, supone que lo anterior no sería algo actual o que venga dado por condicionantes tecnológicos, sino que se manifestaría en etapas anteriores, acompañando la implantación

de las distintas industrias culturales y medios de comunicación modernos.

c) La tercera plantea que los consumidores dispondríamos de margen de maniobra, más o menos amplio, para valernos de los productos de dichas industrias culturales y de los circuitos de los *media* para restaurar y (re)construir el espacio público democrático donde tienen cabida la participación y la pluralidad plenas.

d) Una cuarta premisa que orienta singularmente la trayectoria de esta investigación es la de que las hipótesis previas serían reconocibles (esto es, practicables) en mi entorno cotidiano más próximo (temporal y geográfico, pero también social, cultural, artístico...).

A las hipótesis que acabo de exponer corresponden los siguientes objetivos que me marco al emprender la investigación y entre los cuales se distinguen uno general y otros concretos que lo especifican y desarrollan:

1) El objetivo general de esta investigación se define en un primer momento de forma negativa, y así queda establecido de entrada que en ningún momento este trabajo se ha propuesto *descubrir* ni lanzar ninguna propuesta *original* en relación al consumo. Ello, estimo, no sólo constituiría una pretensión tan enojosa como inane, sino que, lo que es aún más grave, entrañaría una ceguera e ignorancia inexcusables ante operaciones que proliferan a nuestro alrededor y que una observación mínimamente esmerada no puede dejar de detectar. En consecuencia, esta investigación se propone de entrada un *reconocimiento* de las prácticas de consumo cotidianas que permita valorarlas más allá de las consideraciones que, o bien las pasan por alto, o bien las reducen a meros exabruptos incidentales, descontextualizados, inconexos y carentes de valor y sentido.

2) A partir de la enunciación amplia de este propósito, se desprenden una serie de objetivos concretos. El primero de ellos consiste en esbozar un panorama general de suficiente amplitud y complejidad

como para situar las mencionadas prácticas en relación con la multiplicidad de factores que interactúan con ellas y las condicionan y, al mismo tiempo, para sustraerlas de modelos comunicativos reduccionistas que impiden contemplarlas más allá de postulados mecanicistas o efectistas. Dicho panorama ha de abarcar, así, factores relativos a las transformaciones sociales actuales, pero considerándolas desde una perspectiva histórica que permita identificar la evolución de dichos procesos, así como las rupturas y continuidades presentes en ellos. En particular, mediante esta composición de lugar me interesa dar cuenta de las *matrices culturales* que concurren en estas dinámicas y las conforman, amén de aquellos factores económicos que marcan la evolución estructural de las industrias culturales contemporáneas, de los distintos proyectos políticos que rivalizan en estos procesos, así como de la cada vez más decisiva dimensión tecnológica que adquieren estas diferentes tendencias. Con todo ello pretendo que las prácticas de consumo sean examinables como directamente vinculadas a tendencias culturales, movimientos sociales, imperativos económicos y debates políticos de gran relevancia.

3) Otro de estos objetivos concretos consiste en profundizar sobre las distintas concepciones que se han propuesto para definir estas prácticas de consumo que nos interesan. De su estudio y contrastación tengo el propósito de alcanzar una síntesis que pueda aportar elementos de comprensión nuevos o, en cualquier caso, revisar algunos de los ya existentes.

4) Encontrar y examinar diversos referentes históricos que puedan relacionarse directamente con este tipo de prácticas es otro de estos objetivos, lo cual no implica en modo alguno una búsqueda de relaciones de causalidad, linealidad u homogeneidad. No aspiro, pues, a aportar *pruebas de paternidad*, sino que asumo de entrada la discontinuidad y las diferencias de las prácticas y movimientos para, a partir de ahí, tratar de delimitar con suficiente amplitud su contexto de aparición, sus planteamientos fundamentales, sus hallazgos formales y operativos, así como la repercusión que estos tienen en su momento y los intercambios y diálogos que con ellos establecen tendencias posteriores.

5) También constituye un objetivo concreto la caracterización detallada de estas prácticas de consumo que contemple sus mencionadas dimensiones formal y operativa para comprender mejor qué procedimientos se ponen en juego para su despliegue y ejecución.

6) Otro propósito de esta investigación consiste en procurar detectar y explorar alguna de estas prácticas en nuestro contexto cotidiano próximo (delimitado ya al formular previamente la cuarta hipótesis).

7) Finalmente, considero también interesante atender a la reflexión que los propios actores (actuales o precedentes) de estas prácticas efectúan sobre ellas (con especial atención a las dimensiones mencionadas en el quinto objetivo, así como a la aportación teórica que realizan para su definición).

1.3. Selección de la metodología de investigación

1.3.1. Enfoque metodológico

Teniendo en cuenta las precisiones efectuadas hasta ahora acerca de esta investigación, resulta conveniente iniciar este apartado estableciendo y justificando el enfoque metodológico que considero que mejor se adapta al conjunto de ellas. Dicho enfoque contempla dos aproximaciones distintas al objeto de estudio que, pese a sus fundamentales diferencias, han ido en todo momento de la mano y han permitido una realimentación y enriquecimiento mutuos de ambas tareas.

Por un lado, la tarea fundamental donde se ha concentrado buena parte de las energías en esta investigación ha poseído una naturaleza marcadamente teórica. Ello se justifica basándose en mi percepción de que las *prácticas* de consumo, así como su campo y sus dinámicas de desarrollo, definidos tal y como se ha hecho en el apartado 1.1, no han merecido en general una atención y elaboración teóricas tan amplias y detalladas como otras parcelas comunicativas, y ello no sólo por parte de los estudiosos de los medios, sino también de los científicos sociales. Esta tendencia, que estimo notable en términos generales, devendría bastante más acentuada en España, donde no sólo echaba de menos una mayor (y más reciente) abundancia de trabajos y proyectos de investigación de esta índole (los cuales están asumiéndose en los últimos años desde el mundo artístico o "activista"[39]), sino que constataba la

39 Ver, por ejemplo:
-AA.VV., *Modos de Hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Ed. Universidad de Salamanca, Salamanca, 2001.
-L. Blisset y S. Brünzels (nombres múltiples), *Manual de guerrilla de la comunicación*, Virus Editorial, Barcelona, 2000.
-L. Blisset, *Pánico en las redes. Teoría y práctica de la guerrilla cultural*, Literatura Gris, Madrid, 2000.
También es reseñable el interés del proyecto posterior denominado "Desacuerdos sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español", que se desarrolla desde 2003 y en el que colaboran Arteleku-Diputación Foral de Guipuzkoa, el Centro José Guerrero-Diputación de Granada, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona-

ausencia de traducciones de algunos de los autores y estudios más destacados en este sentido, procedentes sobre todo de Francia, Inglaterra y Norteamérica[40].

En este punto, no obstante, resulta inexcusable matizar que lo afirmado no se refiere en modo alguno a los interrogantes que se articulan en torno al objetivo 2), pues precisamente en este sentido la calidad y variedad de las investigaciones (también las de las traducciones de autores extranjeros) que tienen que ver con el conocimiento y la comprensión de las transformaciones del contexto social y cultural en que se inscriben las prácticas de consumo son muy elevadas y han supuesto un pilar fundamental para mis pesquisas. En cualquier caso, estos son los imperativos que me han guiado a concentrarme para esta investigación en las rigurosas búsqueda y revisión crítica de la literatura científica -en papel o en soporte electrónico- referida a las cuestiones previamente expuestas, así como al examen de otro tipo de fuentes bibliográficas y documentales (publicaciones relacionadas con el ámbito artístico, cultural o político, materiales de los diversos actores estudiados, noticias de prensa u otros medios -a los que accedo en muchos casos a través de Internet-, etc.). Dada la situación de partida que describía más arriba, estoy persuadido de que dicha tarea constituye un imprescindible trabajo previo cuya relevancia es esencial para disponer

MACBA y la Universidad Internacional de Andalucía (http://www.unia.es/artpen/estetica/estetica01/proy_1_mac.htm). Este proyecto ha culminado en una serie de debates, presentaciones y exposiciones en distintas ciudades de España, así como en las siguientes publicaciones:
-AA.VV., *Desacuerdos 1*, Arteleku, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y UNIA-arteypensamiento, San Sebastián, Barcelona y Sevilla, 2004.
-AA.VV., *Desacuerdos 2*, Arteleku, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y UNIA-arteypensamiento, San Sebastián, Barcelona y Sevilla, 2005.
-AA.VV., *Desacuerdos 3*, Arteleku, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y UNIA-arteypensamiento, San Sebastián, Barcelona y Sevilla, 2005.

40 A este respecto, permítaseme apuntar a modo de ejemplo que la única traducción íntegra (existe una parcial en la obra "Modos de hacer" citada en la nota al pie anterior) al castellano de la mencionada "*L´invention du quotidien, vol 1. Arts de faire*", de Michel de Certeau, obra clave para mi trabajo, se ha realizado en México (y es prácticamente inencontrable): M. de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México D.F., 1986.

de un sólido conocimiento sobre los diferentes aspectos del foco de este estudio que nos permita aproximarnos mejor a él.

De modo breve, se puede concretar la orientación de estas pesquisas en una serie de direcciones principales, cuyas confluencias, intersecciones y cuestionamientos recíprocos han sido, a mi entender, una provechosa constante. En primer lugar, he acudido a los diversos trabajos que, sobre todo desde la sociología y la comunicación (privilegiando, en el caso de esta última, la perspectiva histórica que, de forma paradigmática, asume desde mediados de los ochenta Armand Mattelart, con su defensa del *enfoque genealógico* para analizar la "globalización" y los retos que ella entraña), pero también desde otras diversas disciplinas, como el derecho, la informática, la economía o la crítica cultural, vienen realizando un esfuerzo por situar históricamente y hacer inteligibles las sensibles mutaciones que afectan a nuestras sociedades y, al mismo tiempo, por esbozar los conflictos que ellas configuran en el escenario comunicativo y cultural de este inicio de siglo.

Por otra parte, el interés central por el consumo (como explico en el siguiente capítulo) me ha llevado primeramente a Michel de Certeau y sus reflexiones sobre los *arts de faire* y la vida cotidiana, para pasar después al campo de la lingüística y la semiótica y ponerme a continuación sobre la pista de las aportaciones de los *cultural studies* británicos y norteamericanos, así como de aquellos otros "estudios culturales" que irrumpen en la escena sudamericana desde finales de los años setenta y ochenta para revitalizar el interés por la cultura popular y su componente de resistencia. A partir de estas claves, la deriva investigadora deviene más errática, dirigiéndose a las operaciones y la producción de movimientos artísticos, políticos y sociales de diversas épocas y tendencias. Esto exigirá, además, una cuidadosa búsqueda de publicaciones científicas (no tan abundantes) que den cuenta de ellos, así como el rastreo (muy especialmente a través de diversas páginas *web*) y manejo de fuentes documentales dispersas y difíciles de recopilar, a menudo fragmentarias.

Tras estas pesquisas de índole teórica, me propongo acometer en la última parte de la investigación el estudio en profundidad de tres casos que considero significativos de las prácticas de distorsión comunicativa. Antes de definir su diseño, no obstante, me parece singularmente importante insistir en algo que ya se ha señalado unas líneas más arriba. El hecho de que la sección teórica posea una extensión bastante mayor que la dedicada a este estudio de casos y de que la preceda en el índice de esta tesis no ha de interpretarse como una preeminencia de orden epistemológico, de la que pueda inferirse que el examen de los casos queda subordinado a una teoría formulada de antemano y que su función se reduce a refutarla o a generalizar sus postulados. En este punto la metáfora del *enfoque* adquiere pleno sentido, pues de lo que se trata aquí es de que la teoría de la primera parte suponga un esfuerzo previo de ajuste que dote de elementos conceptuales, históricos, formales, para percibir más adecuada y ampliamente la naturaleza de estas prácticas y poder aproximarnos a ellas con suficiente profundidad, sin llegar a distorsionar la perspectiva por ignorar aspectos básicos y tratarlas de modo aislado o con instrumentos inadecuados. En consecuencia, el análisis de los casos no sólo se aborda como propiciado y enriquecido por el trabajo teórico, y en modo alguno sometido a este, sino que se ha desarrollado en estrecha vinculación con él, de modo que ha contribuido en buena medida a contrastar, corregir o reformular sobre la marcha las pesquisas teóricas y a sugerir alguna nueva vía de indagación, especialmente en relación con la operatividad y la formalidad de estas prácticas a la que alude el quinto objetivo que he planteado.

En este sentido, resulta muy sugerente la distinción que el teórico de la comunicación de la "Universidad Invisible", Paul Watzlawick, realiza entre dos formas de tratar la información científica: Una primera, que recurre a dicha información en busca de elementos que le permitan respaldar una determinada teoría; y otra que consiste en "presentar ejemplos de muchos contextos diversos con el propósito de poner de manifiesto, de una forma práctica, la estructura que poseen en común y las conclusiones que se siguen de ellos. [...] la función [de estos ejemplos] es *metafórica e ilustrativa* -buscan demostrar algo, trasladarlo

a un lenguaje más familiar, pero no necesariamente probarlo"[41].

Aclarado esto, se expone a continuación de qué modo se ha concebido el diseño metodológico que atañe a esta segunda vertiente de la investigación, comenzando por definir en este apartado cuál es el enfoque general que se considera más adecuado al propósito que se marcaba al inicio. En este sentido, me inclino por privilegiar el denominado enfoque *interpretativo*, cuya introducción en las ciencias sociales comienza entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX de la mano de autores como Dilthey, Rilckert y Weber, quienes lo elaboran y difunden como una alternativa al paradigma positivista que poseería plena pertinencia para los estudios sociales. De este modo, los investigadores citados contribuyen eminentemente a integrar en torno al *objetivo general* del "*Verstehen*" ("comprender", o también "aprehender", "interpretrar") una diversidad de elementos e ideas, en su defensa de un método de estudio que permita abarcar la dimensión cualitativa de los hechos y alcanzar su entendimiento en relación con el contexto donde se producen, y no mediante un método estricto determinado de antemano e independiente de dicho contexto.

"Comprender" implicaría, así, un proceso intelectual complejo que no sólo pretende conocer el significado de las acciones y establecer su relación con experiencias internas y sucesos externos, sino que permite incorporar a la investigación la capacidad de empatía, el respeto y atención a la diferencia, la inserción en el contexto particular, además de la propia subjetividad, las actitudes y los conocimientos implícitos del investigador, todo ello como elementos que enriquecen y aportan valor a la información recogida. No será, sin embargo, hasta la década de los sesenta y, sobre todo, de los setenta (periodo en que se retoman con fuerza los debates científicos sobre el valor de lo particular, el significado de los textos, las pretensiones de universalización o las consideraciones de lo contingente y lo relativo) cuando este enfoque adquiere plena implantación como modelo sociológico, cuyos postulados son explicitados de esta forma:

41 P. Watzlawick, *How real is real? Confusion, disinformation, communication*, Vintage Books, Nueva York, 1976, p. XII. (La traducción y la cursiva son mías).

a) El contexto social, definido con respecto a su especificidad espacio-temporal y contemplado en su densidad histórica, define los significados en virtud de los cuales los sujetos y los grupos orientan su comportamiento, lo que implica que para su comprensión no resulta pertinente una idea de la ciencia que implique el aislamiento y la abstracción con respecto a lo social. El método investigador no opera, pues, una reducción de los grupos o las situaciones a variables bajo su control con la pretensión de alcanzar una explicación de dicho comportamiento en términos de causalidad puramente externa a los seres humanos. Lo que se adopta, por el contrario, es una perspectiva holística que permita reconstruir el contexto, la situación, el sistema simbólico y las relaciones sociales en los que aquel adquiere su sentido.

b) Esta importancia del contexto social implica que se abandona la pretensión de elaborar teorías omnicomprensivas y extrapolables universalmente, al tiempo que se reconoce la heterogeneidad de la realidad y la multiplicidad de las identidades sociales. Ellas habrán de ser examinadas, en consecuencia, desde el diálogo y no mediante la imposición o la ignorancia de unas sobre otras. Las teorías elaboradas según estos principios serán, por tanto, inductivas y generativas, esto es, orientadas a desarrollar sus intelecciones y proposiciones tomando los datos como fuente de evidencia, y no sirviéndose de ellos exclusivamente para validar esquemas preconcebidos. Asimismo, serán relativas y válidas en la medida en que se ajusten con fidelidad y precisión al contexto de estudio seleccionado y aporten una comprensión y orientación acerca de los fenómenos que se dan en él, y no ya por la posibilidad de generalización o de predicción que se desprenda de ellos.

c) Este enfoque, como apunté unas líneas arriba, concede una gran relevancia a la interacción constante entre investigador y objeto de estudio, cuyas mutuas influencias no se busca evitar, sino que por el contrario se favorecen, aunque siempre desde la plena conciencia del rol que asume el investigador y del conocimiento tácito que incorpora al análisis (sin el cual no serían aprehensibles determinados aspectos, los cuales se conocen sin que se puedan formular lógicamente), así como

desde una acusada sensibilidad hacia los efectos que él produce sobre el ámbito y los grupos que estudia, efectos que, o bien se trata de minimizar, o bien se insiste en reconocer a la hora de interpretar los datos.

d) Desde este enfoque no existen de antemano perspectivas consideradas preferibles a otras, incorrectas o carentes de validez, sino que se acomete la investigación como un proceso que implica una marcada exigencia de flexibilidad y adaptación. De un modo equivalente tampoco se privilegian unos ámbitos de estudio por encima de otros, descartados como insignificantes, triviales o anecdóticos. Ello conlleva la posibilidad de que la ciencia se ocupe de examinar a sujetos y grupos ordinarios y carentes de poder o influencia y que también se vuelque hacia situaciones y contextos cotidianos, minúsculos.

e) Finalmente esta perspectiva metodológica hace hincapié en criterios específicos y propios de *validez* como instrumento esencial para evaluar los resultados de las investigaciones, prescindiendo de los establecidos por el paradigma positivista, que venían definidos en función de la exactitud y la reproducibilidad. Ello no implica, por supuesto, equiparar este tipo de estudios a un mero "análisis impresionista, formal, basado en una mirada superficial a escenarios o a personas", sino justamente insistir en el compromiso del investigador por afinar y a la vez ampliar su estudio con el fin de obtener un conocimiento lo más ajustado y contrastado posible con respecto a la realidad que examina y contribuir así a construir "una pieza de investigación sistemática conducida con procedimientos rigurosos, aunque no necesariamente estandarizados"[42]. Esta marcada divergencia con respecto a los criterios científicos clásicos es expresada de esta forma por Richard LaPiere:

> El estudio de la conducta humana demanda mucho tiempo, es intelectualmente fatigante y su éxito depende de la

42 R. T. LaPiere, "Attitudes vs. actions", en *Social Forces*, nº 13, 1934, citado en S. J. Taylor y R. Bogdan, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, Paidós, Barcelona, 1980, p. 22.

> capacidad del investigador. [...] Las mediciones cuantitativas son cuantitativamente precisas; las evaluaciones cualitativas están siempre sujetas a los errores del juicio humano. No obstante, parecería que vale mucho más la pena una conjetura perspicaz acerca de lo esencial, que una medición precisa de lo que probablemente revele carecer de importancia.[43]

43 *Idem*.

1.3.2. Selección de los casos de estudio

En este punto me propongo plantear los criterios que han llevado a seleccionar los tres casos que se examinan en el capítulo quinto. Para ello conviene aclarar de inicio que la citada selección no surge desde un principio de forma nítida, sino que se apoya en un proceso previo de exploración de las prácticas de consumo, que comenzó con un estudio anterior acerca de sus manifestaciones a través de Internet y centradas en la distorsión de la publicidad y que prosiguió con una indagación en sus expresiones en el contexto local inmediato de Málaga, en un principio, y de ahí a otras que se podían rastrear en diversas ciudades españolas. Dicha exploración inicial permitió entrar en relación sobre el terreno con diversos movimientos sociales, iniciativas vecinales o grupos artísticos y recopilar bastante documentación textual, gráfica, periodística o electrónica acerca de estas operaciones de consumo. Esta primera toma de contacto, que me facilitó acceder a la concreción y la multiciplicidad de estas expresiones y también a su desconexión y a su muy dispar relevancia y repercusión, ayudó sobre todo (además de a complementar algunos planteamientos teóricos) a perfilar de qué modo abordar una aproximación a ellas que fuera coherente y significativa, y no una mera recopilación y clasificación cuya exhaustividad hubiera de corresponderse con el riesgo de caer en la superficialidad o en la falta de congruencia.

Será a partir de esta orientación inicial y a través del imprescindible contacto fluido con los grupos mencionados, cuya trama se revelaba a cada paso más tupida, que se llegan a conocer, de modo más o menos directo, los tres casos de que se compone el análisis que emprendo en el capítulo referido: las intervenciones de *The Yes Men* como impostores de la Organización Mundial de Comercio, el desarrollo del videojuego "*Bordergames*" en el madrileño barrio de Lavapiés y las *apariciones* de San Precario.

Los tres poseen, a mi entender, un rasgo esencial que les confiere de inicio una relevancia destacada y que no es otro que su *originalidad*, la cual se manifiesta ya desde su gestación y está presente

en su puesta en situación, y en el propio proceso de su desarrollo y ejecución. Complementaria de esta característica es su recurso a las tradiciones históricas, al imaginario cultural o simplemente a los estereotipos que gozan de una amplia implantación en la sociedad y que la mayoría de la gente no tendrá dificultades en reconocer y relacionar con sus prácticas. Esta especie de *tradicionalidad* les atribuye un interés aún mayor en la medida en que permite que estos tres episodios superen fronteras geográficas, culturales y sociales.

Otro rasgo sobresaliente de ellos es la habilidad (que remite ya a la furtividad que trataré más adelante) que demuestran para insertarse crítica y polémicamente en contextos hegemónicos que aparecían antes en buena medida como herméticos e inexpugnables. Me refiero, en particular, a escenarios políticos, a imaginarios religiosos y mediáticos e incluso a lógicas económicas y culturales cuyos roles, discursos y decorados se perciben como tan fuertemente establecidos que devienen prácticamente naturales. De aquí se desprende otra de las razones básicas para elegirlos, que no es otra que su intervención en dinámicas y contextos culturales y políticos de relevancia y repercusión amplias (sin duda vinculadas a la mencionada superación de fronteras), lo que confiere a sus proyectos un alcance social (también un eco mediático) mayor y más profundo de lo que podía presuponerse dados sus modestos inicios y medios. En este sentido, creo interesante subrayar la singularidad que, desde la perspectiva de las transformaciones de las industrias culturales actuales, supone la propuesta de "*Bordergames*" en particular. No en vano ella se inscribe en el sector de dichas industrias que ha experimentado la expansión e implantación más vertiginosas de los últimos tiempos, cuyo impacto va mucho más allá de sus colosales cifras de negocio.

Junto a ello, considero que los tres casos seleccionados comparten una audacia descollante en sus procedimientos, así como una entusiasta apuesta por la creatividad y la experimentación formales, que los convierten en una significativa y destacada ilustración de los modos de hacer que interesa resaltar. Por último, quiero enfatizar que los tres proyectos que se analizan superan de largo la consideración de

"acciones" o incluso de la más publicitaria noción de "campaña" y se articulan íntimamente con movimientos sociales, inquietudes artísticas y políticas y (excepto en el caso de *The Yes Men*, de marcado carácter itinerante) con unas concretas coordenadas geográficas que les permiten orquestar en torno a ellas auténticos *procesos* comunicativos y culturales que, conviene subrayar, *aún hoy se mantienen plenamente vivos*.

1.3.3. Técnicas de investigación empleadas

Para la descripción de las técnicas de recogida de datos que se han empleado en el curso de este estudio de casos, opto por detenerme en cada uno de ellos de forma particular, de modo que puedan tenerse en cuenta las especificidades que los caracterizan y que han llevado a optar por instrumentos metodológicos adaptados a ellas.

1.3.3.1. The Yes Men y la OMC

Comenzamos, así, por el grupo *The Yes Men*, cuyos miembros son de procedencia estadounidense, si bien su *radio de acción* ha superado con mucho dichas fronteras nacionales, circunstancia que se aclara de inicio para justificar la exigencia que este primer caso planteaba de un seguimiento eminentemente a distancia. Mi primera toma de contacto con los dos protagonistas principales de este peculiar conjunto se había producido ya varios años atrás (ni siquiera había comenzado el programa de doctorado), con ocasión del *Hackmeeting*[44] celebrado en Barcelona los días 20, 21 y 22 de noviembre de 2000 en el Centro Social Okupado y Autogestionado Les Naus. En esa ocasión sus dos protagonistas principales presentaban su proyecto ®™ark, una corporación artística reivindicativa que venían impulsando desde 1995 y de donde, de hecho, nacen sus "Hombres Sí".

A partir de entonces, sigo atentamente sus propuestas, cada vez más *sonadas*, como veremos en su momento, aunque sin ningún propósito analítico particular, hasta que a finales de 2004 entro en conocimiento de su último proyecto de lo que se denomina "sabotaje artístico", el de *The Yes Men*. Tras un análisis previo de sus características, me decido de inmediato a seleccionarlo, en función de los

44 El término "*hackmeeting*", tomado directamente de los encuentros de *hackers* italianos que se celebran anualmente desde 1998 en centros sociales ocupados de Italia (http://www.hackmeeting.org/), es definido como "no sólo un encuentro de *hackers* (...), [sino] un encuentro de gente interesada en las nuevas tecnologías y en sus aspectos sociales" en la página del encuentro de Barcelona: http://www.sindominio.net/hmbcn00 (última consulta: 15 agosto de 2006).

criterios expuestos anteriormente, como un caso de distorsión comunicativa digno de estudio. Es así que se emprende el diseño un plan de investigación que recurre a las denominadas técnicas *indirectas*, dado el desconocimiento de partida acerca del caso en cuestión, la distancia que me separaba de sus actores y de la dificultad para su localización y hasta para su propia identificación (que ellos mismos se encargaban de entorpecer sistemáticamente, lo cual, dadas sus circunstancias, no dejaba de ser comprensible).

De este modo me propongo, por un lado, organizar la información dispersa que hasta el momento había estado consultando sobre el mencionado proyecto matriz de ®™ark y, por el otro, recopilar, clasificar y estudiar sistemáticamente aquella documentación que atañe exclusivamente a *The Yes Men*, la cual se divide en tres categorías básicas, cuya operatividad se revelaría pronto como relativa. Así, la primera de dichas categorías pretende atender a posibles publicaciones científicas que den cuenta de las operaciones de este grupo, las cuales son inexistentes hasta mayo de 2005, cuando Lani Boyd, estudiante del Master de Artes de la Escuela de Arte de la Universidad del Estado de Louisiana, presenta su trabajo final titulado *"The Yes Men and activism in the Information Age"*[45]. Una segunda se refiere a aquellas noticias periodísticas o documentos oficiales que aluden a las diferentes intervenciones de *The Yes Men*, los cuales eran en este caso abundantes (mayoritariamente las noticias de prensa), si bien rápidamente compruebo que su búsqueda individualizada y aleatoria es plenamente innecesaria: Todos ellos son sistemática y pormenorizadamente recogidos y clasificados en la propia página *web* del grupo (www.theyesmen.org/press/). Dicho sitio remite a la tercera categoría principal, la de los denominados documentos *personales*, narraciones en las que los propios actores describen sus propósitos, acciones, experiencias y valoraciones y, que en este caso, constituyen una particular mezcolanza entre el diario íntimo, el diario de campo de un investigador-actor y el reportaje de prensa reivindicativo de los grupos

45 Ver: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-04142005-174336/unrestricted/TheYesMen.pdf (última consulta: 16 de agosto de 2006).

activistas. De este modo, el resto de categorías queda, cada una por un motivo, eclipsado por la minuciosidad en la elaboración de esta página, que se convierte de inmediato en el verdadero centro de documentación al que acudir para examinar las intervenciones de este grupo, no sólo desde su perspectiva propia, sino también desde el punto de vista mediático e institucional (en algunos casos), además de para encontrar una gran profusión de imágenes, documentación adicional, enlaces, etc. De hecho, todo este acopio de información culminará en ese mismo año 2004 con la publicación del libro "*The Yes Men: The True Story of the End of the World Trade Organization*"[46] y el estreno simultáneo de la película "*The Yes Men*"[47], materiales que constituyen una fuente preciosa y sintética de contextualización, opiniones, reflexiones y experiencias.

Finalmente, en marzo de 2005 tengo conocimiento de que sus dos elementos principales (que responden -en esta ocasión- a los nombres de Mike Bonnano y Andy Bichlbaum) están invitados a Barcelona para tomar parte en la segunda edición del Festival de Acción Mediática y Entretenimiento Radical denominado "*The Influencers*"[48], que se celebra entre los días 7 y 9 de abril de ese mismo año en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB). Con poco margen de tiempo para planificar una cita y ya advertido de lo complicado que resulta encontrarlos y disponer de un tiempo con ellos para entrevistarlos, viajo a Barcelona y asisto a su presentación del sábado 9 a las 22 horas, en la cual aclaro muchas de las dudas que me han surgido del estudio de los datos recogidos. No obstante, tras esta presentación y

46 M. Bonnano, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *The Yes Men: The True Story of the End of the World Trade Organization*, *Disinformation Company, Ltd*., Nueva York, 2004. (Versión en castellano: M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *The Yes Men: La verdadera historia del fin de la OMC*, Ediciones de Intervención Cultural / El Viejo Topo, Barcelona, 2005).

47 Película producida en 2003 por la MGM, cuya dirección corre a cargo de Dan Ollman, Sarah Price y Chris Smith y que se estrenó en 2004 en EE.UU., sin llegar a las salas comerciales de España por el momento.
Enlace ed2k para eMule: ed2k://|file|The.Yes.Men.2003.LiMiTED.DVDRip.XviD-VH-PROD.avi|732082176|58A75810D0CD5808D250A3F94FECD275|/

48 Ver: http://www.d-i-n-a.net/influencers/05/press/guests.htm (última consulta: 17 de agosto de 2006).

un breve coloquio, los dos artistas se marchan apresuradamente para partir de viaje, con lo cual he de desistir de realizar una aproximación a sus prácticas mediante técnicas directas. La última opción, la de una entrevista a través del correo electrónico, me resulta muy poco convincente por el empobrecimiento comunicativo que entraña una interacción tan fuertemente limitada, que reduce drásticamente la posibilidad de generar una dinámica que exceda el mero intercambio de preguntas y respuestas. En cualquier caso, dicha opción queda descartada por petición expresa de ellos tras el primer contacto que entablamos posteriormente mediante Internet. El trabajo en su último proyecto les exige toda su atención y me recomiendan amablemente consultar los artículos de prensa que puntualmente recogen en su página, por lo que decido finalmente conformarme con estudiar su caso mediante las citadas técnicas indirectas.

1.3.3.2. Videojuego "Bordergames-Lavapiés*"*

Las técnicas de recogida de datos empleadas para este segundo estudio de casos coinciden con exactitud en su primera fase con las expuestas con respecto a *The Yes Men*, si bien incorporan como novedad la existencia de una segunda fase en la que ya se echa mano de técnicas directas. No obstante, como he efectuado en el caso anterior, deseo precisar algunas cuestiones previas acerca de la aproximación a este caso, las cuales contribuirán a justificar y situar la implementación de las mencionadas técnicas.

Lo primero que hay que señalar al referirse al videojuego "*Bordergames*-Lavapiés" es que se trata de un proyecto muy ambicioso, y ello no ya por la complejidad que entraña el diseño de un producto interactivo y multimedia de esta índole, sino de forma cardinal por el inédito proceso de concepción, planificación, desarrollo, distribución y consumo que se pretende poner en marcha con él. Esto implica, amén de las extraordinarias capacidades (técnicas, creativas y educativas) requeridas para dicho diseño, unas necesidades fundamentales de aproximación, de propuesta abierta y amplia, de negociación con sus colaboradores, de tiempo para su correspondiente formación, de cuidado

y mantenimiento cotidianos de esas relaciones, etc. Junto a esto, hay que afirmar que tal proyecto, auspiciado y promovido por el colectivo artístico Fiambrera Obrera (FO)[49], se ha llevado a cabo de forma paralela a otras muy diversas iniciativas con las que este grupo participa en dinámicas sociales diversas en varias ciudades. Ello ha de descartar de entrada la idea de una dedicación exclusiva y continuada (y mucho menos asalariada) a la producción de este videojuego. De hecho, desde el primer momento se ha reconocido la dificultad fundamental que ha impuesto a su realización la obtención de recursos materiales y económicos, así como la búsqueda y mantenimiento de colaboradores. Finalmente, hay que subrayar que, como consecuencia de todo esto, el desarrollo de este proyecto está marcado indefectiblemente por la intermitencia y la discontinuidad, pese a ir de la mano de un proceso ininterrumpido de convivencia e intervención social en diferentes aspectos que afectan al barrio madrileño de Lavapiés.

Estas aclaraciones previas me parecen imprescindibles, sobre todo teniendo en cuenta que la primera vez que escucho hablar de este proyecto es en el otoño de 2003. A comienzos de este año yo ya había visitado en dos ocasiones el barrio de Lavapiés durante unos días, concretamente con motivo, respectivamente, de las I Jornadas Críticas de Propiedad Intelectual[50] que se celebraron en marzo entre el Centro Social Okupado Autogestionado El Laboratorio 03[51] y el centro cultural La Casa Encendida[52] y, previamente, de las movilizaciones contra la guerra de Irak. Gracias a estas visitas informales y no planificadas dentro de la investigación comienzo a conocer de cerca algunos de los movimientos sociales, proyectos políticos y asociaciones vecinales (sobre todo, la denominada Red de Lavapiés) que lo habitan, a partir de los cuales recabo datos valiosos acerca de su historia reciente y sobre todo del modo en que se están planificando y aplicando en él las políticas urbanísticas administrativas y privadas. Igualmente, obtengo una

49 http://www.sindominio.net/fiambrera (última consulta: 23 de agosto de 2006).
50 Ver: http://www.sindominio.net/copyleft-old (última consulta: 23 de agosto de 2006).
51 Ver: http://sindominio.net/laboratorio (última consulta: 23 de agosto de 2006).
52 Ver: http://www.lacasaencendida.com (última consulta: 23 de agosto de 2006).

impresión directa de su composición social, del estado de sus edificios, de la localización de sus distintos servicios, de la organización de sus calles y de su plaza principal, de sus vías de acceso y zonas adyacentes, etc.

Tras estas visitas, tomo contacto con este proyecto a finales de noviembre de 2003, cuando asisto a una exposición conjunta en torno a la ciudad de Madrid que acoge La Casa Encendida y en la que uno de los grupos invitados es precisamente la FO. En efecto, el grupo artístico presenta allí, entre otros, su proyecto del videojuego "*Bordergames*-Lavapiés", del cual muestran ya los primeros gráficos en 3D correspondientes al escenario principal, la plaza de Lavapiés, y a sus personajes protagonistas. Pese a que paso en diversas ocasiones por este centro cultural, no consigo entablar contacto con los miembros de FO (aunque sí con algunos de los chicos magrebíes que participan en los talleres que ya se han puesto en marcha para realizar los citados diseños).

Casi un año después, en el transcurso del cual no vuelvo a saber nada más acerca de los avances del proyecto, vuelvo a visitar el barrio de Lavapiés para retomar el contacto con las personas y redes sociales conocidas el año anterior y con la intención de recabar más datos sobre el barrio y, sobre todo, sondear de qué modo ha afectado a su ya de por sí deteriorada imagen (sobre todo por lo que respecta a los migrantes, protagonistas del videojuego) las detenciones de algunos de sus vecinos llevadas a cabo a raíz de los luctuosos sucesos del 11 de marzo pasado. Allí, además, me entero a través de algunos *hackers* que trabajan en el barrio de que miembros de la FO van a acudir al *Hackmeeting* que se celebra en Sevilla entre los días 29 de octubre y 1 de noviembre, y al que yo también tengo previsto asistir. En esos días, pues, logro charlar de manera informal con ellos y me corroboran que en el transcurso de este tiempo el diseño del videojuego apenas ha podido avanzar por dificultades económicas y de disposición de tiempo y energía para dedicarle, si bien me reafirman su propósito de retomarlo en cuanto las circunstancias sean más propicias (y el resto de proyectos lo permita). Este contacto informal me hace percibir un fuerte convencimiento por parte de la FO de que van a sacar adelante el proyecto, ante lo cual me

decido a seleccionarlo para su seguimiento continuado a partir de ese momento, asumiendo desde un principio que mis limitaciones temporales, la lejanía espacial del barrio donde se desarrolla el proyecto y la marcada intermitencia de dicho desarrollo me obligarán a estudiarlo aceptando cierta distancia.

Es por ello que en este punto el diseño de la investigación se limita a una primera fase coincidente con la descrita en el punto 1.3.3.1. Abordo, así, una primera organización de los datos dispersos que hasta el momento había consultado, para pasar a continuación a una búsqueda documental que parte de las tres categorías de documentos propuestas anteriormente, pero que igualmente queda concentrada casi en exclusiva en la propia página *web* del proyecto (http://sindominio.net/fiambrera/bordergames). En ella se ofrece una información amplia y puntual de sus ideas, bocetos y avances, además de algunas reseñas del mismo (las cuales completo con recortes de prensa, que encuentro sobre todo en Internet y donde, dado el estado embrionario del videojuego, apenas se hace más que mencionarlo).

Por fin en septiembre de 2005 me informan de que está a punto de lanzarse una primera versión de prueba del videojuego que se va a testar y mejorar a lo largo de ese mes en un nuevo taller con chavales magrebíes de Lavapiés, lo cual me alerta ante la posible publicación inminente de los resultados de este trabajo en su página. Efectivamente, en noviembre de 2005 la FO lanza su nueva página dedicada exclusivamente a esta iniciativa, www.bordergames.org, donde vuelcan todos los avances y novedades del juego, junto con apuntes metodológicos e históricos del proceso de creación y reflexiones sobre el mismo. En diciembre de 2005, así, descargo por primera vez una versión inicial del videojuego y, pese a ciertas dificultades para arrancarlo, compruebo satisfecho el gran avance que se ha llevado a cabo. Junto a ello, animan mi trabajo las noticias que recibo por parte de la FO de que se está trabajando ininterrumpidamente y a muy buen ritmo en su mejora (corrección de errores, optimización tecnológica y de compatibilidad, perfeccionamiento de la interactividad).

Todo ello me anima a pasar a una segunda fase de recogida de datos (hasta ahora incierta, por las abundantes dificultades para su culminación) que, teniendo en cuenta los condicionantes expuestos previamente, aspira a aproximarse a este caso también de forma directa, concretamente mediante la técnica de la entrevista. Esta segunda fase del diseño metodológico la abordo distinguiendo dos momentos separados: En el primero trato de precisar cuáles son los puntos del proyecto que me parecen clave, así como las dudas que han surgido de mi seguimiento a distancia previo (forma de contacto con chavales marroquíes que frecuentan el barrio, metodología de los talleres, decisiones técnicas y argumentales, repercusión desde diferentes perspectivas). En el segundo momento paso ya a tocar dichos puntos clave y cubrir mis lagunas de comprensión con sus propios protagonistas con el fin de completar así la reconstrucción y el análisis crítico del proyecto.

Para este propósito renuncio de entrada al modelo de entrevista estructurada que, en mi caso, estimo fundamentalmente ineficaz por cuanto reduciría tajantemente la cantidad y la riqueza de los datos que podría obtener del encuentro con la FO y los chicos magrebíes con los que trabajan. Junto a ello, y pese a que tengo bien definidas ciertas cuestiones que quiero aclarar, estoy convencido de que la complejidad y originalidad de este proyecto me exigirán atender a multitud de otros factores que pueden surgir en el transcurso de nuestro trato directo. Opto, en consecuencia, por servirme de la denominada *entrevista cualitativa en profundidad*, que considero más adecuada a mis propósitos al permitir que los entrevistados expresen sus propias perspectivas, sin inducirlos a responder a partir de frases o categorías impuestas previamente por mí. Este extremo lo juzgo como esencial para acercarme al conocimiento de sus prácticas en toda la complejidad que las caracteriza y, sobre todo, a través de sus vivencias y términos propios. Estos aspectos quedan reflejadas en la definición que Taylor y Bogdan proponen de esta modalidad de entrevista:

> *Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros estos dirigidos hacia la*

> *comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan en sus propias palabras.*[53]

En este sentido, asumo que el rol que me ha de corresponder en esta interacción con los protagonistas de mi estudio no ha de ser en modo alguno el de "robot recolector de datos"[54]. Más bien me tocará ser un tipo especial de interlocutor capaz, por un lado, de enfocar la conversación de forma general hacia los puntos que se plantean de antemano, pero también de propiciar un ambiente distendido con los entrevistados y de atender a *sus* centros de interés e inquietudes. De esta manera, reorientando la entrevista y reformulando sus preguntas continuamente, podrá generarse un diálogo fluido y distendido en el que puedan aflorar derivas temáticas imprevistas y valoraciones propias que serán harto provechosas a la hora de analizar sus operaciones. Es por todo ello que me decanto por emplear la entrevista basada en directrices o *entrevista focalizada*, siguiendo la clasificación propuesta por Patton[55]. Este tipo de conversación se caracteriza por determinar previamente a su desarrollo una serie de cuestiones centrales que habrán de tocarse durante la misma, impidiendo así que un estilo más informal y totalmente no directivo lleve a pasar por alto aquellos aspectos fundamentales para completar mi estudio (amén de todos los demás que lo puedan enriquecer). Dadas estas condiciones mínimas de partida, me interesa este tipo de entrevista porque al mismo tiempo me permite decidir sobre la marcha en qué momento y orden introducir esas preguntas básicas y de qué modo formularlas.

Gracias a nuestro contacto previo (por más que intermitente, como el desarrollo del "*Bordergames*-Lavapiés") y a mi conocimiento, si bien muy modesto, de componentes de las redes de Lavapiés, cuando a finales de 2005 les propongo que nos encontremos para conversar acerca de su propuesta se muestran de inmediato dispuestos, si bien me adelantan que van a estar bastante ocupados a comienzos de 2006 con

53 S. J. Taylor y R. Bogdan, *op. cit.*, p. 101.
54 *Idem*.
55 M. Patton, *Qualitative Evalutaion Methods*, Sage, Beverly Hills, 1984.

distintas presentaciones de la misma en encuentros nacionales e internacionales. Finalmente, resuelvo invitar a dos de ellos, un miembro de FO (al que llamaré Dimitri) y un joven magrebí (Omar) que participa en los talleres desde sus inicios, a acudir a Málaga a presentar también aquí su videojuego en el marco de las "IV Jornadas Críticas de Propiedad Intelectual"[56] que organizo con otras personas interesadas en esta cuestión y en colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía entre los días 9 y 12 de marzo de 2006. Dado el gran volumen de información que me propongo recabar de ellos para el estudio, aprovecho que vamos a disponer de mucho tiempo juntos durante dicho encuentro para proponerles realizar dos entrevistas en profundidad en dos días sucesivos, a lo cual acceden. Dichas entrevistas tienen lugar el sábado 11 por la noche y el domingo 12 por la mañana en una de las salas de la casa de iniciativas 1.5 de Málaga, centro social ocupado elegido como sede de parte del programa de las jornadas. Estas entrevistas se desarrollan en un clima muy relajado, con una entusiasta implicación de los entrevistados, gracias a quienes obtengo multitud de detalles que completan y enriquecen mi análisis, además de permitirme conocer de primera mano los novísimos desarrollos que este proyecto va a poner en marcha en esos días más allá de Lavapiés. La transcripción de esta entrevista la incluyo como Anexo 1 al final del trabajo.

1.3.3.3. El culto *de San Precario*

Lo primero que hay que destacar con respecto al estudio de las apariciones de San Precario es que él parte de mi colaboración en la Federación de Jóvenes Investigadores (FJI-Precarios)[57] y, más particularmente, en la asociación local Precarios-Málaga, a través de las cuales venimos avanzando en la consecución de dignidad laboral en la investigación. Será de esta manera cómo en septiembre de 2004 entra en

56 La dirección de la página *web* de la jornadas es: http://sindominio.net/copyleft-malaga/ (última consulta: 23 de agosto de 2006). No cabe duda que este encuentro, aunque organizado de forma paralela a mi estudio, guarda una estrecha e ineludible relación con algunas líneas importantes de investigación que se reflejan en él.

57 Ver: http://www.precarios.org (última consulta: 23 de agosto de 2006).

contacto conmigo el colectivo malagueño Entránsito[58], un grupo de jóvenes precarios que en ese momento trabaja en el desarrollo del proyecto "Otra Málaga 04"[59] y en la organización del llamado "eje de precariedad" en el marco del Foro Social Provincial impulsado por la Diputación Provincial de Málaga y previsto para diciembre de ese mismo año. Desean entrevistarme para que les explique la precariedad existente en las primeras etapas de la carrera investigadora, así como la experiencia concreta de la FJI-Precarios en la denuncia y oposición a ella. Tras diversas conversaciones previas, y con el respaldo de la asamblea de Precarios-Málaga, finalmente el 14 de octubre de 2004 grabo con dos de ellos la entrevista en una sala de mi Facultad y les aporto datos adicionales para rellenar sus fichas de investigación (mi testimonio, y el de otra compañera de la FJI, quedan reflejados en el libro y el video mencionados a pie de página).

Será esta colaboración la que me pondrá sobre la pista del *nacimiento* de la figura mítica de San Precario, del cual ellos me proporcionan la primera información de que puedo disponer para emprender mi análisis de su creación y extensión por toda Italia (y veremos que acabará llegando a Andalucía y a mi propia ciudad, Málaga, poco tiempo después) desde la perspectiva de la distorsión comunicativa. A partir de aquí se inicia un proceso de investigación que se fundamenta esencialmente sobre el empleo de técnicas indirectas, las cuales se siguen usando del modo descrito en el caso de *The Yes Men*. De esta forma, se revisa tanto la literatura científica reciente que pueda contener claves analíticas sobre estas apariciones (y, en este punto, recurriré exclusivamente a un artículo del verano de 2006 de la revista cultural y

58 Ver: http://www.precarity-map.net/wiki/index.php/Entransito (última consulta: 23 de agosto de 2006).

59 Proyecto de investigación-acción-participativa que se desarrolla en 2004 conjuntamente con la cooperativa audiovisual Trayectos Multimedia y que culmina en un libro, un video y un mapa con los que se pretende cartografiar los principales focos de precariedad de Málaga, así como los movimientos que se organizan localmente contra ella:
http://mcs.hackitectura.net/tiki-index.php?page=otramalaga04 (última consulta: 23 de agosto de 2006)..

política "*Multitudes*"[60]) como las noticias periodísticas que ellas generan, hasta concentrarme, al igual que sucede en los casos anteriores, en los documentos y relatos que los propios protagonistas efectúan sobre sus prácticas y que de nuevo publican principalmente a través de Internet.

En esta ocasión, no obstante, la peculiaridad de estos episodios obliga a recurrir, además de a sitios *oficiales* (www.sanprecario.info o www.serpicanaro.com), a otras diversas páginas *web* de información alternativa entre la que destacan la italiana GlobalProject[61] y la red de medios independientes Indymedia[62] (dada la zona geográfica que acoto, me sirvo principalmente del nodo denominado Estrecho[63], que cubre Andalucía y, en menor medida, algunas ciudades marroquíes). Gracias a la combinación de todas estas fuentes indirectas podrán conocerse con detalle (para posteriormente ser reconstruidos en el estudio) los orígenes y el contexto en el que se gesta la figura de San Precario (así como los diferentes *alter ego* que van apareciendo de él según las circunstancias), la composición social de sus *devotos*, sus sucesivas *apariciones* y utilizaciones en diferentes puntos geográficos, el estilo y los *rituales* que caracterizan a estas, etc. En pocas palabras, este icono pararreligioso nace y se encarna en la vida cotidiana de puntos muy concretos de Europa (Italia, y después de Málaga y Sevilla), pero sus "pescadores de hombres" navegan las aguas de Internet, y allí se ha tratado de acudir en esta investigación para conocerlo y examinarlo desde el punto de vista comunicativo que aquí nos interesa.

60 Ver: http://multitudes.samizdat.net (última consulta: 27 de agosto de 2006).
61 Ver: http://www.globalproject.info (última consulta: 27 de agosto de 2006).
62 Ver: http://indymedia.org (última consulta: 27 de agosto de 2006).
63 Ver: http://estrecho.indymedia.org (última consulta: 27 de agosto de 2006).

1.4. Análisis de datos

Expuesto lo anterior, en este punto se pasa a exponer los criterios generales que han guiado esta compleja fase del estudio. Reitero, a este respecto, lo afirmado acerca de la interrelación y complementariedad entre el apartado de reflexión teórica y el de los estudios de casos, pues estimo que sólo mediante procedimientos analíticos flexibles y abiertos a nuevos interrogantes se contribuye a desarrollar la capacidad exploratoria de las hipótesis de partida y a alcanzar los objetivos propuestos. Todo ello, obviamente, asumiendo que cada uno de esos apartados surge de una concepción distinta y que la extensión y dedicación que se consagra al primero y al segundo no son equivalentes, dados los condicionantes y premisas de partida que se han expuesto previamente.

De este modo, una vez concluída en buena medida la primera fase de revisión bibliográfica que se propuso en el punto 1.3.1, y ya inmerso de lleno en el proceso del estudio de casos, se impone la aplicación de los procedimientos analíticos que me permitan organizar la multitud de ideas y referencias teóricas extraídas de dicha lectura y, por extensión, orientar mejor mis pasos como investigador de los tres episodios seleccionados. En este punto acometo, pues, una primera clasificación y *reducción* cualitativa de los datos, la cual ha de permitir, por una parte, transformar su amplitud en dimensiones manejables y, por otro lado, seleccionar y abstraer aquellos que resultan significativos de acuerdo con las hipótesis exploratorias y los distintos objetivos que se establecieron al comienzo. Realizado esto, se lleva a cabo un proceso de categorización de dicha información que dote de elementos para reformular o desarrollar las hipótesis exploratorias citadas, o bien para sustituirlas por otras concepciones de trabajo de índole teórica. Dicho proceso implica la comparación, contrastación y organización de los datos mediante un conjunto de categorías generales[64], que a su vez

64 Dichas categorías generales son las siguientes "transformaciones en el espacio social", "industrias culturales", "cultura popular", "vida cotidiana", "antecedentes de distorsión comunicativa", "concepto de distorsión comunicativa" "consumo",

contienen otras más específicas[65]. De este modo, y aunque las categorías sean abiertas y flexibles, se dispone ya de algunas claves analíticas que se podrán confrontar con los estudios de casos y que van a orientar asimismo mis sucesivas búsquedas y trayectos teóricos.

El siguiente paso consiste, pues, en poner a prueba las categorías que se han definido (en su formulación general y en su descomposición particular), así como las relaciones que se establece entre ellas y las hipótesis exploratorias, con los tres casos seleccionados. Como se esperaba, estos tres casos ayudan especialmente a precisar, profundizar, pero también a reformular, las categorías relacionadas con aspectos formales y prácticos de las operaciones de distorsión comunicativa (las básicas "consumo", "lectura" y "tácticas" y otras específicas como "ocasión", "memoria", "retórica y figuras", "mítica", "distorsionar" o "distanciamiento"). Además, otras categorías específicas no relacionadas directamente con el ámbito mencionado también quedan ampliadas y matizadas a la luz de mi observación de estos episodios, como las genéricas de "cultura popular" (y, más concretamente, las de "mediaciones", "matrices culturales" y "resistencia") o "transformaciones en el espacio social" (específicamente, la de "genealogía").

De la misma forma, algunas categorías surgidas de la revisión bibliográfica, como "ecologismo" y "contaminación", pierden fuerza con el análisis de los casos, a la vez que surgen otras derivadas directamente de aquellos, especialmente la categorías específicas "código abierto", "procomún-*commons*", "*copyleft*" y "propiedad intelectual", las cuales reorganizan de modo decisivo las categorías generales de "tácticas" y, más allá, las de "cultura popular", "industrias culturales" y "transformaciones en el espacio social". Dichas categorías especificas, además, exigen la relectura de hipótesis que se manejaban hasta ahora,

"lectura" y "táctica".

65 Entre las cuales cito algunas como "genealogía", "red", "entorno", "ciberespacio", "convergencia tecnológica", "*the ode*", "mundialización capitalista", "*hackers*", "hegemonía", "contaminación comunicativa", "cultura fan", "resistencia", "placer", "(re)creación", "mediaciones", "hibridación", "asimetría", "ambigüedad", "guerrilla", "*détournement*", "*culture jamming*", "ocasión" o "retórica y figuras".

como el alcance del control social ejercido a través del código informático ("*the code*") y del papel histórico de los "*hackers*", la influencia de la "cultura fan" en el campo de las "industrias culturales", por una parte, y en los de la "cultura popular", las "tácticas", el "consumo" y la "lectura", por otra, al ser leída desde la óptica de la "propiedad intelectual", así como el reto que a esos mismos campos plantean los videojuegos y *cultos* de "código abierto".

Estas sensibles modificaciones impuestas en algunas categorías básicas por su cuestionamiento (que es mutuo) con el estudio de casos suponen la necesidad urgente de reelaborarlas. A tal fin se revisan algunas de las obras fundamentales sobre el espacio social actual (y su "genealogía"), la cultura popular y las prácticas de consumo bajo las claves mencionadas en el párrafo anterior. Igualmente se emprende la búsqueda y análisis de bibliografía acerca de propiedad intelectual, *commons*, código abierto y *copyleft*, tarea que impulsa a su vez la organización en colaboración con la UNIA de las Jornadas Críticas de Propiedad Intelectual citadas el punto 1.3.3.2. En esta ocasión, como vemos, el proceso se invierte y ahora es la exploración bibliográfica la que sigue la estela de los casos como un modo de apoyar, profundizar y matizar las pistas obtenidas de ellos. De esta forma, se manifiesta el carácter *emergente* que posee en esta investigación la teoría, la cual, insisto, no establece hipótesis cerradas e invariables en sus proposiciones que se busca corroborar o refutar más tarde mediante los casos, sino que también surge inductivamente (o incluso llega a ser rechazada) a lo largo de la investigación en su constante interacción con ellos.

Finalmente esta revisión desembocará en el establecimiento de las conclusiones acerca de las prácticas comunicativas que nos interesan, las cuales se han venido madurando a lo largo del proceso expuesto. En este sentido, considero que el hecho de que dichas prácticas hayan sido examinadas desde diferentes perspectivas, a partir de fuentes de información dispares (literatura científica, noticias aparecidas en grandes medios y en medios independientes e interactivos, materiales construidos por los protagonistas, sus propios testimonios, etc.) y mediante el empleo de diversas técnicas de recogida de datos (que varían desde un enfoque

claramente indirecto a otro algo más interactivo), y de que posteriormente se hayan entrecruzado las interpretaciones derivadas de estas vías para identificar inconsistencias e insuficiencias, regularidades y puntos fuertes, y volver a contrastarlos por otros procedimientos (en una técnica que Lincoln y Guba definen como *triangulación*[66]), coadyuva a establecer la *credibilidad* de los resultados de esta investigación.

66 Y. Lincoln y E. Guba, *Naturalistic inquiry*, Sage, California, 1985.

1.5. Estructura de la investigación

Una vez expuesto lo anterior, concluyo este capítulo señalando que la investigación que se presenta en estas páginas se estructura en torno a tres grandes secciones, a las que va a preceder un breve recorrido histórico a través de diferentes etapas en el estudio de la recepción y el consumo en comunicación:

1) La primera sección aborda algunas mutaciones sociales contemporáneas en la medida en que ellas afectan decisivamente (y son afectadas por) desplazamientos fundamentales en la esfera cultural y comunicativa. Se trata, así, de trazar un repaso histórico de dichos procesos, intentando escudriñar sus orígenes (con particular interés en el *lugar común* globalizador) e identificar los vectores culturales diferentes que han intervenido en su actual configuración. A continuación, se describen los rasgos más importantes de dicha configuración actual y se emprende una identificación de los conflictos cruciales en la comunicación y la cultura contemporáneas.

2) La segunda, también de índole teórica, traza un recorrido que permite traducir estos conflictos de ámbito *macro* a una dimensión asequible y, sobre todo, abordable. Dicho recorrido recoge sucintamente las complejas interrelaciones expuestas entre las industrias culturales y lo masivo, por un lado, y las culturas denominadas *populares* (o también ordinarias, híbridas), por otro, para así hallar las claves desde las que poder situar dichos conflictos culturales y comunicativos en el territorio de lo cotidiano. En este sentido, se acomete la definición de las prácticas de consumo que denomino "distorsión comunicativa" y se señalan prácticas, movimientos y tendencias que son considerados como sus referentes históricos para, finalmente, profundizar en sus aspectos operativos y formales.

3) La tercera sección la constituye el estudio detallado de los tres casos mencionados. Se trata, pues, de un apartado que se aleja de lo estrictamente teórico para indagar cómo se articulan en tres contextos

particulares unas prácticas de consumo comunicativo que son concomitantes con procesos sociales, culturales y políticos de considerable entidad. A partir de estos tres apartados, en fin, se encara una última sección donde se plasman una serie de conclusiones extraídas de la investigación y se plantean a la vez algunos retos y cuestiones que él deja abiertos.

CAPÍTULO 2.
REPASO HISTÓRICO DE INVESTIGACIONES SOBRE RECEPCIÓN Y CONSUMO

CAPÍTULO 2.
REPASO HISTÓRICO DE INVESTIGACIONES SOBRE RECEPCIÓN Y CONSUMO

2.1. Walter Benjamin

Antes de proseguir con este trabajo considero conveniente esbozar cuál es el panorama investigador donde podemos hallar precedentes del interés por el consumo que motiva mi estudio. La primera de estas referencias proviene de la citada Escuela de Frankfurt y nos la proporciona Jesús Martín-Barbero al estudiar las aportaciones a la investigación sobre los usos de (y la resistencia a) precisamente las "industrias culturales" por parte de Walter Benjamin, del que destaca así su "heterodoxia"[67] y sus divergencias con los principales teóricos de dicha escuela, así como las reprobaciones que ello le granjeó. De entrada, Martín-Barbero señala la preocupación fundamental de Benjamin por los *márgenes*, la cual le vendría dada por su percepción de la *discontinuidad* de la realidad, que lo empuja a un movimiento intelectual centrífugo y a un constante entrecruzamiento de disciplinas, en busca de relaciones históricas que hicieran posible articular las mutaciones culturales con las de orden productivo y económico. A partir de aquí enfatiza el profesor avilés la trascendencia que para Benjamin mereció la *experiencia* como eje de análisis de aquellas relaciones, noción que el filósofo alemán rescató del rechazo que inspiraba entre sus colegas y que lo introduciría en la investigación sobre los espacios de percepción (estuvieran estos localizados en la fábrica, en el cine, en los nuevos trazados urbanos, en la literatura marginal o en los folletines) como mediación clave para analizar cómo construyen las masas su cultura al margen de y en oposición a la cultura elevada, lo cual expresó así aludiendo al terreno literario:

A la novela la separa de la narración el hecho de estar

67 J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 56.

> esencialmente referida al libro [...] El narrador toma lo que narra de la experiencia, de la propia o de la que le han relatado. Y a su vez lo convierte en experiencia de los que escuchan su historia. El novelista en cambio se mantiene aparte. La cámara natal de la novela es el individuo en soledad.[68]

Desde estas premisas en 1936 Benjamin emprende en "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica"[69] un cuidadoso examen de las transformaciones de las tecnologías de reproducción desde una óptica esencialmente distinta de aquella que se refirió al comienzo. De este modo el autor alemán destierra cualquier tentación tecnocrática que contemple un progreso neutral para apostar por una indagación que revele lo que de los anhelos y la sensibilidad de las "masas" confluye en dichos cambios técnicos, y ello desde el convencimiento previo de que "despojar el objeto de su velo, destruir su aura, es lo que caracteriza a una percepción cuyo sentido para lo idéntico en el mundo es tal que la capacita para captar igualmente, por medio de la reproducción, aquello que es único"[70].

De esta suerte de profanación del aura sagrada que hasta entonces rodeaba el arte y la cultura y los mantenía a salvo de su acceso y disfrute por las masas se desprende el impulso clave que, según Benjamin, define esa otra sensibilidad: la del *acercamiento*, noción sobre la que basa su distinción entre dos modos de recepción contrapuestos: el recogimiento y la dispersión. El primero, en efecto, remite a una concepción estética clásica que no sólo respeta, sino que restaura incesantemente el distanciamiento hacia la obra de arte, sintetizado en esa actitud de recogimiento (equivalente a aquel aislamiento del novelista). En cuanto a la *dispersión*, implica operaciones de acercamiento que, sirviéndose de las nuevas técnicas de

68 W. Benjamin, "El narrador", en *Revista de Occidente*, nº 129, 1973, p.306, citado en J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 57.

69 W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Ítaca, México D.F., 2003.

70 W. Benjamin, "Petite Histoire de la Photographie", en *L´homme, le langage et la culture*, Éditions Denoël, París, 1973, p. 71. (La traducción es mía).

reproducción, rechazan la distancia respecto de la cultura y el arte y apuntan a un cuestionamiento y una liquidación (de índole inconfundiblemente igualitaria) de las distinciones y privilegios ligados a ella. Y dichas operaciones, subraya Benjamin en otro giro cardinal, no las pone en marcha un receptor individualizado, sino que tienen por actor a la masa "que sumerge en sí misma la obra artística" en lugar de entregarse a ella. Dimensión colectiva, tendencia a la supresión de la distancia, sentido igualitario y orientación emancipatoria, he aquí algunas características originales y fértiles que Benjamin conjuga con las novedades tecnológicas y con las que contribuye tempranamente a una conceptualización de la recepción ya plenamente desde los *márgenes*.

2.2. *Teoría de* uses and gratifications

Otro polo de reflexión sobre la recepción parte de la *Mass Communication Research* a la que se aludió previamente, concretamente de aquellos intentos que desde los años cuarenta intentaban matizar, a través de las teorías de la recepción en grupo o del "doble flujo", la inicial concepción laswelliana de los efectos omnipotentes e indiferenciados de los *mass media*. Estos avances van a dar pie a partir de los cincuenta a un importante giro en la perspectiva funcionalista de los medios, reflejado en la teoría de "usos y satisfacciones" ("*uses and gratifications*"), que concentra su atención en el otro extremo de la cadena, los receptores, sustituyendo la pregunta "¿qué efectos producen los medios sobre la gente?" por esta otra, formulada por Elihu Katz, "¿qué hace la gente con los medios?". Este desplazamiento, que implica abandonar la idea del consumidor sometido a los poderosos medios de comunicación y defender la noción de *lectura negociada*, por la que los receptores también interaccionarían con los *media* para cubrir sus necesidades y gustos, remueve sin duda los cimientos de la anterior concepción funcionalista de la relación emisor-receptor, tal como atestigua el sociólogo de la comunicación Wilbur Schramm:

> La comunicación es vista ahora como una transacción en la que las dos partes son activas. Resulta esclarecedor pensar la comunicación como una *relación construida en torno al intercambio de información*. El proceso de intercambio se parece más a un proceso biológico que a un proceso físico.[71]

El auge de estas investigaciones se suele situar a partir de la década de los setenta, si bien podemos hallar precedentes interesantes ya desde finales de los cuarenta, centrados sobre todo en los radiooyentes y en los lectores de prensa. Con respecto a los primeros, en los "*Radio Researchs*" que editaron Frank Stanton y Paul Lazarsfeld se incluían

71 W. Schramm, "The unique perspective of communication: A retrospective view", *Journal of Communication*, vol.33, núm.3, verano de 1983, pág.15, citado en A. Mattelart, *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Fundesco, Madrid, 1993, p. 267.

estudios donde se los entrevistaba directamente para conocer, por ejemplo, qué satisfacciones obtenían de los concursos de preguntas[72], de las emisiones de música clásica[73] o de las radionovelas (*serials*)[74]. Sobre los oyentes de radionovelas volvería diez años después Herta Herzog en un capítulo incluído en "*The Process and Effects of Mass Communication*", obra editada por Wilburt Schramm[75].

En cuanto a los lectores de prensa, también encontramos una temprana atención hacia ellos en estudios como el que emprendió Bernard Berelson en 1945 cuando, con motivo de la huelga de repartidores de prensa que dejó sin periódicos a Nueva York durante diecisiete días, se lanzó a entrevistar a los lectores en la calle para averiguar *en caliente* si se dejaba sentir en ellos un vínculo emocional y cultural con la prensa más allá de su condición de producto masivo[76]. Tanto el enfoque de estos primeros estudios como la posición de un buen número de sus promotores en el *establishment* mediático (sin ir más lejos, Frank Stanton fue entre 1946 y 1971 presidente de uno de las más poderosas cadenas de EE.UU., la CBS) permiten identificar desde sus inicios una alianza con exigencias de rentabilidad por parte de sectores mediáticos comerciales (amén de otros estudios, eminentemente de índole política -sobre las opiniones y motivaciones de los votantes, por ejemplo), en una temprana expresión de la toma de decisiones editoriales basadas en los informes sobre índices de audiencia.

72 H. Herzog, "Professor Quiz: A gratifications study", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio research*, 1941, Duell, Sloan and Pearce, Nueva York, 1941, pp. 34–45.

73 E. Suchman, "An invitation to Music. A study of the creation of new music listeners by the Radio", en *ibid.*, pp. 140-188.

74 H. Herzog, "What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio research*, 1942-1943, Duell, Sloan and Pearce, Nueva York, 1944, pp. 3-33.

75 H. Herzog, "Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners", en W. Schramm (ed.), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, l954, pp. 50-55.

76 B. Berelson, "What `Missing the Newspaper´ means", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Communication Research*, 1948-1949, Harper & Brothers, Nueva York, 1949, pp. 111-128.

Tras un periodo irregular en que predominan los análisis sobre población infantil[77] y se reconsideran y amplían algunos postulados previos, la teoría de *uses and gratifications* es retomada con energía en la década de los setenta. Llegados a este momento, varios autores consideran que esta línea de estudio ha alcanzado suficiente madurez como para continuar limitada a un trabajo de campo centrado casi exclusivamente en la recogida directa de testimonios de los receptores sobre las necesidades y placeres que cubrían con su consumo mediático. Urge, según ellos, emprender una tarea de análisis teórico destinada a organizar el gran volumen y la dispersión de la información recabada hasta entonces mediante la construcción de taxonomías de las funciones y satisfacciones que para los receptores proporcionan los medios. Estas taxonomías, desde sus precedentes de los cuarenta hasta sus revisiones y afinaciones en esta década de los setenta, mantendrán en general una constante distinción entre necesidades de carácter cognitivo y otras de índole emotiva.

Comenzando por el propio Harold Laswell, este distingue en 1948 tres funciones primordiales de los medios que son los primeros índices de las satisfacciones que en ellos pueden encontrar los receptores: la de vigilancia del entorno, la de interrelación entre los miembros de la sociedad y la de transmisión de la herencia cultural y social[78], a las que Charles Wright[79] añadiría en los años sesenta una cuarta, la de entretenimiento, que suponía ya la entrada de lo afectivo en estas clasificaciones (sugerida, no obstante, desde los cuarenta por la reflexión teórica de Lazarsfeld y Merton y por trabajos de campo pioneros como el citado de Berelson). En 1972, McQuail, Blumler y Brown, en su estudio sobre los televidentes distinguen los siguientes usos que estos realizan de su consumo televisivo: información

77 Por ejemplo, M. Riley y J. Riley, "A Sociological Approach to Mass Communication Research", en *Public Opinion Quarterly*, vol. 15, Oxford University Press, Oxford, 1951, pp. 444-450.

78 H. Laswell, "The Structure and Function of Communication in Society", en L. Bryson (comp.), *The Communication of Ideas*, Harper & Brothers, Nueva York, 1948.

79 C. R. Wright, "Functional Analysis and Mass Communication", en *Public Opinion Quarterly*, University of Princeton, New Jersey, 1960, vol. 24, nº 4, pp. 605-620.

(directamente relacionada con aquella "vigilancia del entorno"), integración e interacción social, identidad personal (reforzamiento de los valores, seguimiento de pautas de comportamiento, autoconocimiento, etc.) y entretenimiento[80].

Casi dos décadas después, James Lull complementaría este análisis con su investigación acerca del consumo televisivo desde una perspectiva etnográfica, mediante la cual se presenciaron, filmaron y estudiaron los comentarios y reacciones naturales de distintas familias mientras veían la televisión. La tipología que de ahí extrajo Lull contempla dos clases de usos sociales de la televisión, los estructurales y los relacionales. Los primeros se refieren a su empleo como fuente de compañía (ruido de fondo) y entretenimiento, o bien como reguladora del horario familiar, de las actividades domésticas o de los modos de expresarse. En cuanto a los relacionales, se destaca la televisión como facilitadora de la comunicación, las relaciones y el aprendizaje sociales, así como proveedora de competencias y de autoridad[81].

Ahora bien, una de las taxonomías más asentadas en esta teoría fue la que definieron en 1973 Katz, Gurevitch y Haas[82], quienes, partiendo de una visión de los medios como instrumentos que los individuos adaptaban a sus necesidades, empleándolos para conectar con o desconectar de los demás, identificaron un total de treinta y cinco necesidades que aquellos cubrirían, las cuales agruparon en cinco categorías básicas: necesidades cognitivas, afectivas, de integración personal, de integración social y de liberación de tensiones. Katz, Gurevitch y Blumler, un año después, sintetizaban de este modo dicha clasificación:

80 D. McQuail, J. Blumler y R. Brown, "The television audience: a revised perspective", en D. McQuail (ed.), *Sociology of Mass Communication*, Penguin, Middlesex, 1972, pp. 135-165.

81 J. Lull, *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*, Routledge, Londres, 1990, p. 36.

82 E. Katz, M. Gurevitch y H. Haas, "On the uses of the mass media for important things", en *American Sociological Review*, vol. 38, ASA, Washington D.C., 1973, pp. 164-181.

> En el campo de la información, por ejemplo, la función de vigilancia puede remontarse hasta un deseo de seguridad o hasta la satisfacción de la curiosidad y del empuje exploratorio (Necesidades de conocimiento); buscar el refuerzo de actitudes y valores propios puede derivar de una necesidad de estar seguro de que se tiene razón, y los intentos de correlacionar los elementos de la información pueden surgir de una necesidad más básica de desarrollar el propio dominio cognoscitivo del ambiente. De manera similar, el uso de materiales ficticios (y otros) de los medios, para "referencia personal", puede surgir de una necesidad de propia estimación; las funciones de utilidad social pueden ser relaciones con una necesidad de afiliación, y las funciones escapistas pueden estar vinculadas a la necesidad de liberar las tensiones y reducir la ansiedad.[83]

Serán precisamente estos tres últimos autores quienes, en el artículo citado, sentaron las bases teóricas sobre las que se asentará la disciplina de *uses and gratifications*, un conjunto de cinco postulados que resumían su concepción de la relación entre los *media* y las audiencias y que influyeron notablemente en numerosos investigadores tanto en el Reino Unido como en Norteamérica:

1) A diferencia de las teorías funcionalistas previas, que enfatizaban el sometimiento de las audiencias al poder de los medios, esta teoría concibe a dichas audiencias como activas, considerando que guían su consumo mediático en función de objetivos y expectativas más o menos definidos sobre cómo los medios pueden satisfacer sus propias necesidades.

2) En línea con lo anterior, se concibe a las audiencias como dotadas de amplia iniciativa para conectar la satisfacción de sus necesidades con la elección del medio.

83 E. Katz, J. G. Blumler y M. Gurevitch, "Usos y gratificaciones de la comunicación de masa" en. M. de Moragas, (ed), *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo II, Editorial G. Gili, Barcelona, 1985, p. 147.

3) Los medios de comunicación no son los únicos factores en los que el receptor busca satisfacción, sino que *compiten* con otras instancias en este propósito, lo que determinará una variación de su grado de adecuación e impacto en los receptores. Junto a esto, se asume que las demandas que ellos pueden cubrir representan sólamente una pequeña porción de las necesidades humanas.

4) En cuanto a la metodología, estos trabajos se apoyan esencialmente en los testimonios de las propias audiencias acerca de su recepción, presuponiéndoles un nivel suficiente de fiabilidad y, sobre todo, de autoconocimiento y de capacidad expresiva que prácticamente harían prescindible cualquier maniobra interpretativa por parte del investigador.

5) Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación de masas han de quedar en suspenso durante el tiempo en que se estén explorando las motivaciones de los receptores a partir de sus propios testimonios.

En 1985, estos tres mismos autores retomarán críticamente algunas de estas reflexiones en su artículo "*Reaching Out: A Future for Gratifications Research*"[84], en el que aportan cuatro elementos que estiman muy relevantes en su propósito de actualización y revisión teórica de esta corriente. El primero de ellos deriva de las consideraciones previas y lo formulan como la importancia del proceso de *lectura*, donde el lector poseería un amplio margen para descodificar el texto y extraer de él múltiples sentidos, más allá de los pretendidos por el autor. Salta a la vista la influencia de las recientes pesquisas semióticas y literarias, especialmente de la noción de "lectura negociada" que Stuart Hall (sobre el que se vuelve más adelante) había comenzado a elaborar en 1973[85] y que será retomada a lo largo de los ochenta, y cuya

84 E. Katz, J. G. Blumler y M. Gurevitch, "Reaching Out: A Future for Gratifications Research", en K. Rosengren, L. Werner y P. Palmgreen, *Media Gratifications Research: Current Perspectives*, Sage, Beverly Hills, 1985, pp. 255-273.

85 S. Hall, "Encoding and Decoding in the Television Discourse", ponencia presentada en el *Council of Europe Colloquy* dedicado a la enseñanza para la lectura

definición primera fue la siguiente:

> La descodificación dentro de la versión negociada contiene una mezcla de elementos adaptados y de confrontación: tiene en cuenta la legitimidad de las definiciones hegemónicas para dar forma a las significaciones fundamentales mientras que, en un nivel más restringido y concreto, fabrica sus propias reglas sobre el terreno y opera con "excepciones" a la regla.[86]

El segundo elemento incide en la importancia cada vez mayor que los investigadores conceden a los medios como instrumentos de propaganda y a la necesidad de estudiar, en este sentido, cómo recibe la audiencia dicho contenido ideológico. En tercer lugar, destacan el papel de la televisión como medio difusor de una cultura de carácter universal. Qué duda cabe que en este acento influiría especialmente el interés del propio Katz en el considerado medio masivo por excelencia (Katz había trabajado durante los setenta en la introducción de la televisión en el Tercer Mundo y como consultor de la BBC) y su atención durante la década de los ochenta a la investigación sobre cómo los productos televisivos emitidos mundialmente son traducidos y respondidos en diversas culturas y naciones.

Concretamente, junto con Tamar Liebes emprende un análisis empírico que busca analizar las claves multiculturales de recepción de la conocida serie estadounidense "Dallas", tomando como grupo focal un conjunto de parejas de diversa procedencia y localizadas en distintas partes del mundo (judíos marroquíes, palestinos residentes en Israel -lo

crítica del lenguaje televisivo, organizado por el *Council & Centre for Mass Communication Research* de la Universidad de Leicester en septiembre de 1973. Posteriormente, este artículo se publicaría en S. Hall, D. Hobson, A. Lowwe y P. Willis (comps.), *Culture, Media, Language*, Hutchinson, Londres, 1980, pp. 128-138. Para una versión en castellano, consúltese: S. Hall, "Codificación y descodificación en el discurso televisivo", en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 9, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, Madrid, 2004, pp. 210-236.

86 S. Hall, "Codificación y descodificación en el discurso televisivo", p. 235.

que da fe de su atención por la recepción desde minorías étnicas-, norteamericanos de Los Angeles, japoneses, etc.). Dicho estudio culminaría con la publicación de "*The Export of Meaning*"[87], donde los autores, por más que admiten que en esta recepción se produce una "constante negociación entre sus propios valores y aquellos del programa [que] conduce al grupo a pasar de una discusión sobre el programa a una discusión sobre la vida"[88], concluyen que buena parte de los valores, los roles y las situaciones de la serie son comprendidas y asimiladas universalmente, pese a la tremenda distancia geográfica, idiomática (en algunos casos, los receptores no sabían inglés y debían seguir los diálogos leyendo los subtítulos) y cultural.

Finalmente, Katz, Blumler y Gurevitch subrayan ya la importancia ineludible que en el estudio de la recepción mediática posee el análisis de las estructuras económicas, políticas y culturales que la rodean. Esta cuestión la retomaría Katz años después en su obra más conocida, "*Media Events*"[89], donde, junto con Daniel Dayan, establece una analogía entre "sucesos mediáticos" y rituales religiosos. Mediante dicha analogía estos autores tratan de explicar cómo los medios estarían dotados de un poder de transformación social que supera fronteras de toda clase, como demuestran con el análisis etnográfico del impacto de las ceremonias televisadas en directo de los Juegos Olímpicos, del aterrizaje en la Luna, de la boda de Carlos y Diana o del funeral de Kennedy. Qué duda cabe que esta perspectiva ha ganado aún más fuerza tras el funeral de Diana o los ataques aéreos del 11 de septiembre en EE.UU.

La expansión de Internet ha venido últimamente acompañada de un resurgir de los estudios de *uses and gratifications*, los cuales no sólo buscan aplicar las taxonomías heredadas de sus predecesores, sino

87 T. Liebes y E. Katz, *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*, Oxford University Press, Nueva York, 1990. Otro estudio sobre esta misma serie y contemporáneo al de Katz y Liebes es el emprendido por Ien Ang: I. Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, Londres, 1985.

88 *Ibid.*, p. 286.

89 E. Katz y D. Dayan, *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Cambridge, 1992.

que incluso las revisan bajo la suposición de que esta novedosa red podría dar lugar a nuevas formas de utilización de los medios. Entre otros, destaco aquí a autores como Maddox[90] o Lin[91], que han concluído de sus encuestas que la mayoría de los usuarios de Internet la emplean para satisfacer necesidades cognitivas, relacionadas con la recogida de información y organización de la información. Otros analistas, sin embargo, han concedido mayor relevancia a los usos de Internet ligados a necesidades de entretenimiento y evasión[92], o bien a aquellas otras necesidades vinculadas con la política, como la obtención de información ante la convocatoria de elecciones o como instrumento de control de los gobernantes por parte de los ciudadanos[93]. En cuanto al descubrimiento de nuevos usos y satisfacciones surgidos de la interacción con Internet y, por tanto, inéditos en los análisis previos, pueden mencionarse las motivaciones de "socialización" y "aprendizaje"[94]; otras como la "implicación personal" y la "continuidad de las relaciones"[95]; o incluso el "reforzamiento" (*empowerment*) que facilitaría a las personas una mayor participación ciudadana[96].

90 K. Maddox, "E-commerce becomes reality", en *Advertising Age*, vol. 69, nº 42, Crain Communication, Chicago, 26 de octubre de 1998, p. 1.

91 C. A. Lin, "Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption", en *Mass Communication and Society*, vol. 4, nº 1, AEJMC; Nueva York, 2001, pp. 19-38.

92 D. Ferguson, y E. Perse, "The World Wide Web as a functional alternative to television", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*,, vol. 44, nº 2, Arizona State University, Arizona, 2000, pp. 155-174; y también Yankelovich Partners, "Cybercitizen: A profile of online users", en *The Yankelovich Cybercitizen Report*, Birmingham (Alabama), 10 de octubre de 1995.

93 T. J. Johnson, y B. K. Kaye, "The Internet: Vehicle for engagement or a haven for the disaffected?", en T. J. Johnson, C. E. Hays y S. P. Hays (eds.), *Engaging the public: how government and the media can reinvigorate American democracy*, Rowman & Littlefield, Lanham, 1998.

94 M. James, C. Wotring y E. Forrest, "An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact on other communication activities", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* vol. 39, nº 1, Arizona State University, Arizona, 1995, pp. 30-50.

95 J. Eighmey, J. Y L. McCord, "Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the world-wide web", en *Journal of Business Research*, vol. 41, nº 3, Elsevier, Orlando, 1998, pp. 187-194.

96 J. Pavlik, y E. Everette, *New Media Technology and the Information*

A poco que repasemos las precisiones que se apuntaron al inicio sobre el foco de esta investigación y, concretamente, sobre la forma de concebir el consumo y a sus agentes, resulta más que evidente la distancia que existe entre el planteamiento de este estudio y los postulados de la teoría de *uses and gratifications*. Desde sus inicios hasta la reciente orientación hacia Internet, hemos comprobado que no pocos de estos trabajos (en su encargo, en su diseño y en su *devolución de resultados*) están más o menos directamente ligados a los intereses de los grandes *media* (u otras instituciones comerciales o gubernamentales) por controlar las reacciones de sus audiencias, medir el impacto de sus programas y poseer una mayor capacidad de prefigurar y atender sus necesidades y gustos (o, en otros términos, de refinar sus aparatos de propaganda y promoción comercial).

Junto a ello, llama la atención su escasamente elaborada definición de los receptores, heredada casi idéntica de sus predecesores funcionalistas. En consecuencia a dichos receptores se los atiende exclusivamente como entes individualizados y aislados social, política y económicamente de su entorno (*libres*, pues, de su influencia y de sus constricciones para elegir el uso y el sentido de las emisiones mediáticas que mejor se ajusten a sus necesidades y gustos). De aquí a aquel dogma del "consumidor soberano", tan imperioso para legitimar la vuelta de tuerca neoliberal de defensa del libre mercado a escala mundial, sólo hay un paso. Queda, pues, comprobado que por más que esta teoría suponga una ruptura con las concepciones funcionalistas previas de los efectos omnímodos de los *media* y contribuya a resarcir, sobre todo metodológicamente, al receptor (reducido hasta el momento a sujeto pasivo y sin margen de iniciativa), deja sus fundamentos prácticamente intactos, al no cuestionar el propio esquema mediático, que queda aún reducido a un marcado determinismo, toda vez que invertido, tal y como critica Mattelart:

Esta nueva versión del empirismo nos hace pasar de la

Superhighway. Allyn & Bacon, Boston, 1996; J. Lillie, "Empowerment potential of Internet use", 1997, disponible en: http://www.unc.edu/~jlillie/340.html.

> concepción determinista de un consumidor abstracto, sin voz propia, sometido al imperativo de una estructura, emisor no menos abstracto, tan grata para la investigación estructuralista de los años sesenta y setenta, a un receptor tan concreto que se ha llegado a olvidar en qué sociedad vivía, ocultando, a la vez, el árbol y el bosque. [...] Ya lo hemos entendido: lo que molesta de este enfoque no es tanto la minuciosidad con que se observan los procedimientos, [...] como su extrapolación, querida o forzada, al espacio-mundo para negar sus lógicas desigualitarias.[97]

Esta pérdida de vista del "árbol" y del "bosque" también preocupa a Martín-Barbero quien, al definir su interés por las lógicas de uso televisivas, argumenta que la concepción de la recepción que maneja la perspectiva de los usos y satisfacciones sigue anclada en un esquema comunicativo rígido, apegado a los efectos y reacciones e incluso a cierta lógica cibernética de la "transmisión". Su apuesta pasa, por el contrario, por superar estos límites conceptuales y situar la pluralidad de usos en el terreno de la cultura, para poder de este modo reflexionar sobre la hegemonía que en ella se manifiesta y ejerce, así como sobre los mestizajes, contradicciones y resistencias que se tejen en torno a ella.

Algunas de estas mismas reservas han sido expresadas por autores cercanos a estos estudios como Ien Ang, Denis McQuail, David Morley o por el propio Elihu Katz, como vimos. La primera investigadora, así, critica abiertamente la perspectiva de análisis mediático defendida desde los *uses and gratifications* en su obra "*Desperately Seeking the Audience*"[98], donde subraya tres puntos clave de discrepancia. El primero de ellos, ya mencionado, es la ignorancia del contexto social a la hora de analizar los usos de los medios que hacen los receptores, los cuales son siempre reducidos a una dimensión individual y a actuar según una motivación de satisfacción consciente de necesidades (descartando, según ella, otros usos no tan libremente elegidos). Ang percibe claramente que esta característica está enmascarando cuestiones acerca de la hegemonía y la ideología que es

97 A. Mattelart, *La comunicación-mundo*, pp. 269-270.
98 I. Ang, *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, Nueva York, 1991.

necesario considerar al investigar sobre la comunicación. El segundo alude a que esta concentración en las motivaciones de los receptores va en detrimento de la atención que estos estudios prestan al propio contenido de los *media*, cuya importancia es reducida a consecuencia de la exagerada capacidad de elección que se atribuye a los receptores. Frente a esto, la profesora indonesia acentúa la importancia de estudiar, más allá de las satisfacciones, cómo se manejan los receptores con estos contenidos y qué significados extraen de ellos. Por último, Ang alerta sobre la percepción que subyace a muchos de estos estudios, según la cual los medios de comunicación siempre resultan "funcionales" para sus consumidores, por estimar que ella contribuye a salvar de toda crítica la propia organización del sistema mediático.

McQuail, por su parte, también rebate la exagerada concepción de que el receptor elige libre, activa y conscientemente el tipo de consumo mediático que va a efectuar en función de sus necesidades y preferencias, recalcando que buena parte de dicho consumo carece de motivación clara o es puramente circunstancial, de lo que concluye la idoneidad de estos estudios para aquellos medios donde se constate un alto grado de implicación por parte de sus usuarios[99]. En cuanto a Morley, en su estudio sobre la televisión titulado "*Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*" no pone en duda que aparezcan interpretaciones diversas de los programas de televisión según los distintos individuos que los contemplen, si bien él también insiste en la decisiva importancia que posee el contexto socioeconómico en la forma de modelar los patrones de lectura que de dichos contenidos televisivos efectúen los diferentes grupos de espectadores[100]. Finalmente, se ha comentado cómo Elihu Katz, ya desde su texto conjunto de 1985 "*Reaching Out: A Future for Gratifications Research*", y eminentemente en "*Media Events*", va progresivamente tomando conciencia de la trascendencia de unir a aquella preocupación primaria por lo que "la gente hace con los medios" una atenta consideración a las estructuras que rodean a estos y que ejercen una determinación innegable sobre

99 D. McQuail, *Mass Communication: An Introduction*, Sage, Londres, 1994.

100 D. Morley, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Routledge, Londres, 1986.

ellos.

2.3. Lingüística y teoría literaria

Precisamente al comentar el trabajo de Katz, "*Reaching Out: A Future for Gratifications Research*", se enfatizó la influencia que sobre sus ideas acerca de la descodificación activa y la "lectura negociada" tenían los recientes estudios semióticos, lingüísticos y literarios. Dichas investigaciones, qué duda cabe, constituyen un precedente indispensable en lo que al estudio de los lectores-consumidores y de sus aproximaciones a los textos de las industrias culturales se refiere. En este sentido hay que destacar a Mikhail Bakhtin como uno de los primeros estudiosos de la literatura en detectar la importancia de estas cuestiones, con su temprana concepción "dialógica" del lenguaje, que, sin negarle cierta independencia de las distintas orientaciones sociales que en él concurren, subraya que este no es de ningún modo neutral y que para su comprensión es relevante reparar en los contextos específicos en los que los individuos realizan sus modos de expresión particulares.

De este modo, el profesor ruso confronta la concepción abstracta, unidireccional y rígida del sistema lingüístico tradicional con una definición del lenguaje abierta, participativa y polifónica, en la que este es investigado en tanto que *proceso* comunicativo, lo cual habilita ya para considerar factores extralingüísticos, como la intención o la situación de los dialogantes. Junto a ello, su definición del lenguaje también contempla una dimensión *dialéctica*, que implica la necesidad de atender a la posición de los hablantes (psicológica, social, etc.) y de admitir que aquel constituye también el escenario donde entran en conflicto voces con intereses contrapuestos: "Diálogo y dialéctica. En el diálogo se hacen desaparecer las voces (separación entre las voces), se eliminan las entonaciones (emocionales y personales), de las palabras vivas y de las réplicas se extraen nociones y juicios abstractos, todo se introduce en una sola conciencia abstracta, y el resultado es la dialéctica"[101].

Por último, también ha gozado de una gran repercusión el

101 M. Bakhtin, *Estética de la creación verbal*, Siglo Veintiuno, México, 1982, p. 369.

concepto de "heteroglosia" que el lingüista introduce en 1934 en respuesta a la concepción estructuralista del lenguaje fundada sobre la noción saussuriana de "lengua" ("*langue*"). Este último principio se basaba en la suposición de que existe un conjunto de reglas fijas y únicas con arreglo a las cuales las proposiciones lingüísticas pueden construirse correctamente, esto es, un *código* establecido que todos los hablantes han de conocer para que les sea posible comunicarse. Ante tal reducción, Bakhtin elabora una profunda crítica a través de su conceptualización de la *heteroglosia*, con la que pretende combatir la amenaza de la "monoglosia", esto es, de la homogeneización de las formas lingüísticas bajo un patrón normalizado que no sólo impondría al hablante sus rígidos estándares gramaticales, sino todo el conjunto de postulados ideológicos de la clase dominante que se hallan implícitos en el lenguaje. Frente a ella, el autor ruso propugna que los códigos lingüísticos están divididos internamente en múltiples *estratos* que corresponden a variantes geográficas, pero sobre todo sociales, como la raza, la clase, la edad o el género. Además, Bakhtin insiste en su percepción conflictiva del lenguaje al oponer la existencia en él de fuerzas lingüísticas *centrípetas*, ejercidas desde instancias oficiales en la dirección de la reducción de la heteroglosia y la centralización cultural y política; y *centrífugas*, consagradas a cuidar y promover la pluralidad de estratos que se apartan de la norma.

De su trasvase gradual de estos principios a la interpretación literaria emergen algunas de sus obras más conocidas, como "Problemas de la poética de Dostoievski"[102], que data de 1929 y donde Bakhtin resalta el carácter polifónico de la escritura del escritor moscovita, capaz de recoger y unificar en su obra múltiples voces que representan concepciones diferentes e incluso opuestas del mundo y que testimonian la imposibilidad de reducir a la gente a identidades preconcebidas y estáticas; y especialmente "La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais"[103], donde Bakhtin

102 M. Bakhtin, *Problemas de la poética de Dostoievski*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1986.

103 M. Bakhtin, *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Barral Editores, Barcelona, 1974. Esta obra, que data de

revisa y reivindica el legado de Rabelais hacia la maduración de su idea del género novelesco moderno como portador de la burla, lo grotesco y la ambigüedad (la "heteroglosia"), esto es, como reflejo de lo popular carnavalesco en su desafío a la sumisión bajo las monolíticas normas literarias clásicas. De nuevo hallamos, pues, su principio de la entrada en conflicto en la literatura de intereses y de visiones de la vida contrapuestas (la explosión polifónica del carnaval contra el monólogo unívoco de lo establecido).

Otra referencia clave en esta primera mitad del siglo XX para los posteriores estudios sobre la recepción la constituye el filósofo y escritor Jean-Paul Sartre quien, sin haberse prodigado en la crítica literaria, escribe, empero, en 1947 un original ensayo titulado "*Qu´est-ce que la littérature*?", donde por primera vez se defiende abiertamente que el análisis de la literatura ha de conceder al lector una importancia igual a la que se viene dando al escritor. Retoma así una cuestión que previamente había sido ignorada o desechada por los expertos en literatura y sólo entrevista acaso por lúcidos autores como Paul Valéry, quien escribiera que "la obra del intelecto (*l´oeuvre de l´esprit*) sólo existe como acto. Fuera de este acto, lo que queda no es más que un objeto que no ofrece ninguna relación particular con el espíritu"[104]. Sartre llevará este argumento hasta un pleno reconocimiento del "otro" en el proceso por el que la obra es dotada de pleno sentido, asentando así la consideración del "acto" literario como un *fenómeno de comunicación*:

> El acto creador no es más que un momento incompleto y abstracto de la producción de una obra. [...] La operación de escritura implica la de lectura como su correlato dialéctico y estos dos actos requieren de dos agentes distintos. Será el esfuerzo conjugado del autor y del lector el que hará surgir este objeto concreto e imaginario que es la obra del intelecto. No existe arte más que para y por el otro (*pour et*

principios de los cuarenta, causó un enorme revuelo en los círculos académicos, hasta el punto que le valió a Bakhtin la negativa a concederle el grado de doctor, así como la posposición de su publicación hasta 1965.

104 P. Valéry, "Première leçon du cours de poétique", en *Œuvres*, t. I, Gallimard (La Pléiade), París, 1957, p. 1349. (La traducción es mía)

par autrui).[105]

La brecha que en el estudio literario provoca esta afirmación del filósofo francés será ampliamente prolífica, abriendo un vasto campo de investigación inexplorado hasta entonces, donde confluirán no sólo estudiosos de la literatura, sino también comunicadores, semiólogos, psicólogos, etc. El filósofo y ensayista Jean Starobinski reformula más de diez años después la reflexión de Sartre al arguir que "debemos poder interesarnos por la génesis de las obras sin por ello olvidar que una segunda génesis, más importante, comienza con la lectura de la obra acabada"[106]. En esa misma línea se expresarán otros críticos literarios franceses que a lo largo de la década de los cincuenta llegan a aseverar que la conciencia lectora resulta tan fundamental para dotar de significado al texto literario que llega a ser "más íntima del autor que el propio autor"[107], o que "cada lectura no constituye más que uno solo de los recorridos posibles, permaneciendo otros siempre abiertos"[108].

Y no otra cuestión preocupa a Umberto Eco cuando en 1958 prepara la ponencia para el Congreso Internacional de Filosofía que será la base de su "*Opera aperta*"[109], publicada cuatro años más tarde y con la que el filósofo piamontés desencadenó una virulenta polémica, no sólo en la teoría literaria y en la joven semiótica, sino en el terreno comunicativo, artístico y hasta político de la Italia de principios de los sesenta. Partiendo de su interés hacia las nuevas vanguardias y movimientos artísticos que experimentan en diversos campos creativos con una búsqueda consciente de la ambigüedad como gesto estético que

105 J.-P. Sartre, *Situations*, II, *Qu´est-ce que la littérature?*, Gallimard, París, 1948, p. 93. (La traducción es mía).

106 J. Starobinski, "Enquête sur la méthode critique", en *Les Lettres nouvelles,* nº 17, 24 de junio de 1959, p. 13. (La traducción es mía).

107 J. Rousset, *Forme et signification,* Paris, Corti, 1962, p. XIV. (La traducción es mía).

108 J.-P. Richard, *Poésie et profondeur,* Paris, Éditions du Seuil, 1955, p. 10. (La traducción es mía).

109 U. Eco, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee* , Bompiani, Milán, 1962. Versión en castellano: U. Eco *Obra abierta. Forma e interpretación en las poéticas contemporáneas*, Ariel, Barcelona, 1990.

enriquece la obra al apelar a la implicación y participación del receptor, Eco opera una ruptura radical con la concepción aristocrática e idealista del arte, en lo que supone la apertura de una línea de pensamiento que proseguirá en buena parte de su obra literaria y semiótica posterior. En ella, parte de una concepción de la obra artística como "mecanismo perezoso"[110] para defender que su interpretación constituye un proceso abierto de interacción comunicativa entre el "autor" y el "lector", en el que la "cooperación" de este último adquiere un carácter creativo, mucho más claro si cabe en aquellas piezas contemporáneas que el autor deja deliberadamente sin acabar para empujar al receptor a completarlas por sí mismo. Especialmente interesantes para esta investigación han resultado, asimismo, las reflexiones sobre semiótica que Eco desarrolla, a partir de las ideas expuestas, en "La estructura ausente"[111].

En Francia una convulsión similar es desencadenada seis años más tarde por Roland Barthes con su artículo "*La mort de l´auteur*"[112]. En este texto el lingüista de Cherburgo se opone frontalmente a la corriente crítica dominante en Francia desde el siglo XIX, representada por Charles-Augustin Sainte-Beuve (contra cuyo método ya arremetió Proust en 1954) y Gustave Lanson, quienes conceden un enorme peso al autor en el análisis literario. Barthes, por el contrario, designa como fundamento de la literatura moderna su condición esencialmente verbal, localizando no al autor, sino al propio *lenguaje* como origen del texto literario. En consecuencia, esta figura del autor no ha de seguir considerándose, según él, como la garante del significado de la obra, sino que más bien deriva de ella, esto es, el autor es construido *a posteriori* a partir de la propia enunciación lingüística. Como ejemplo, se cita cómo los albaceas testamentarios de Victor Hugo (uno de los precursores clave, por cierto, de la idea del "autor" -y de sus derechos- a finales del siglo XIX) ejecutaron la voluntad de quemar una serie de documentos personales que se temía que pudieran empañar su *imagen*.

110 U. Eco, *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Lumen, Barcelona, 1981, p. 76.

111 U. Eco, *La estructura ausente,* Lumen, Barcelona, 1998.

112 R. Barthes, "La mort de l´Auteur", en *Le bruissement de la langue*, Éditions du Seuil, París, 1984, pp. 61-69.

A consecuencia de ello, Barthes defiende el destronamiento del autor (sustituido por el "*scripteur*" -¿"escriba"?-, que no inventa nada, sino que hace componendas -"*bricole*") y una concepción *performativa* de la escritura, "ese algo neutro, variado y oblicuo, donde huye nuestro sujeto, el negro-blanco donde va a perderse toda identidad, comenzando por aquella misma del cuerpo que escribe"[113]. Tales ideas desembocan finalmente en el desagravio del lector y su reivindicación como figura clave en la producción de significado dentro del proceso literario aludido, el cual ha de cobrarse necesariamente esa "muerte del autor" ya que "atribuir un autor a un texto es imponer a ese texto un enganche (*cran d´arrêt*), es atribuirle un significado último, es cerrar la escritura"[114]. Ahora bien, este lector no lo entiende tampoco Barthes como un individuo, un sujeto determinado, sino que se trataría más bien de una posición desde la que se hace posible recuperar y recrear la unidad del texto. En este sentido, Barthes se refiere ya a la lectura no como aquel desciframiento clásico reservado a los críticos literarios, sino como una operación de "apropiación", donde el lector no es más que "ese alguien que mantiene unido en un mismo campo todas las huellas de que está constituido lo escrito"[115].

A esta sacudida propiciada por Barthes se uniría en febrero de 1969 Michel Foucault con su presentación en la Sociedad Francesa de Filosofía de la conferencia titulada "*Qu´est-ce qu´un auteur?*"[116]. En ella, el filósofo defiende su tesis de que por "autor" no ha de entenderse más que la expresión de una "función" constituida por una sedimentación de prácticas discursivas ligada a ciertos tipos de textos y definida por usos, nociones e instituciones variables. Esta "función-autor" es precisada a continuación por Foucault a través de cuatro rasgos específicos: En primer lugar, esta función viene dada por el sistema jurídico e institucional del discurso, que atribuye al autor responsabilidad penal

113 *Ibid.,* p. 61. (La traducción es mía)
114 *Ibid.,* p. 68.
115 *Ibid.,* p. 67.
116 M. Foucault, "Qu'est-ce qu'un auteur ?", en *Dits et Écrits*, 1954-1988, t. I (1954-1969), Gallimard, París, 1994, pp. 789-821.

sobre las transgresiones cometidas en el texto que produce y, más tarde, le concede también la capacidad de apropiárselo y de beneficiarse de su explotación. En segundo término, subraya este pensador que esta función no es en modo alguno universal, ni homogénea, sino que ha de entenderse siempre en su dimensión rigurosamente histórica, que sitúa su emergencia entre finales del siglo XVII y principios del XVIII, en el marco de una tendencia más amplia hacia el individualismo. El tercer rasgo subraya que esta "función-autor" es una construcción resultante de complejos procedimientos que culminan en la "proyección" en esta figura de un conjunto de atributos referidos al propio texto. De este modo, la interpretación se serviría, según Foucault, de este autor como *encarnación* de dichos atributos que recorta y emsambla a partir de la obra. Esta figura se convierte, mediante una operación de inducción hermenéutica a partir de la obra, en garante *a posteriori* de su unidad, singularidad y coherencia estilística y conceptual. Por último, Foucault observa que esta función no remite en absoluto al sujeto que produce la obra, sino a un autor que siempre aparece en referencia a ella, que no es más que una figura textual que da pie a la presencia en la obra de una "pluralidad de ego". A partir de estos cuatro rasgos, concluye Foucault que el "autor" moderno no representa ya tal garante del sentido profundo de la obra, ni su propietario jurídico, sino que constituye más bien una categoría hermenéutica que:

> hace posible una limitación de la proliferación cancerígena (*cancérisante*), peligrosa, de significaciones, en un mundo donde uno es ahorrativo no sólo con sus recursos y riquezas, sino también con sus discursos y significaciones. El autor es el principio de economía dentro de la proliferación del sentido.[117]

Este interés de la teoría literaria por la problemática del lector también cala por esta época en investigadores procedentes de Alemania, en particular en aquellos reunidos en torno a la escuela de Constanza, quienes darán lugar a lo que se ha conocido como teoría de la recepción (*Rezeptionstheorie*) o estética de la recepción (*Rezeptionsästhetik*).

117 *Ibid.,* p. 811. (La traducción es mía)

Dicha escuela, cuyos principales representantes son Hans Robert Jauss y Wolfgang Iser, emprende a principios de los setenta una crítica profunda de la historia de la literatura predominante hasta entonces y propugna un nuevo enfoque de esta que tome con piedra angular a los lectores (entendidos como colectivo histórico), bajo la premisa de que estos participan plenamente en la producción de sentido del texto literario, el cual no podría existir sin ser continuamente actualizado por sus sucesivas lecturas.

Por lo que respecta a Jauss, su obra clave en este sentido es "*Literaturgeschichte als Provokation*" ("Historia de la literatura como provocación"), publicada en 1970 a partir de su célebre conferencia pronunciada tres años antes, "*Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft*"[118]. En ella, el profesor alemán cifra esta provocación a la "teoría literaria" en la preeminencia que le reconoce a la perspectiva histórica en el análisis de la literatura. Ahora bien, con ello no se refiere Jauss a una concepción histórica formal, sino otra capaz de superar la concepción monológica de la obra como "monumento" inalterable y de abrirse a su consideración como una "partitura" (que ya propusiera la mencionada "Universidad invisible" de Gregory Bateson), que se actualiza y renueva con cada interpretación. Tal historia estará, pues, consagrada al seguimiento y estudio de las múltiples lecturas y efectos que se derivan de un texto a lo largo de los distintos periodos:

> En el triángulo compuesto por el autor, la obra y el público, este último no es sólo un elemento pasivo, encadenamiento de simples reacciones, sino que constituye a su vez una nueva energía constructora de la historia. La existencia histórica de la obra literaria no es concebible sin la contribución activa de sus destinatarios.[119]

Para este propósito, Jauss defiende la necesidad de superar el "círculo cerrado de una estética de la producción y de la representación

118 H.-R. Jauss, "Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft", en R. Warning (ed.), *Rezeptionsästhetik*, Fink, Munich, 1976, pp. 126-162.
119 *Ibid.*, p. 127. (La traducción es mía)

en el que se mueve hasta ahora la metodología de la teoría literaria", tanto desde un enfoque formalista como marxista, para abrirse a una "estética de la recepción y de la influencia" (*Rezeptions- und Wirkungsästhetik*)[120] que atienda tanto a los condicionantes que el texto establece para su lectura como a la "renovada resonancia" que se extrae de cada actualización de aquella "partitura" en el incesante diálogo histórico entre la obra y el público. Este consumo por parte del lector está determinado, según Jauss, por el "horizonte de expectativas" ("*Erwartungshorizont*") que componen la experiencia del público con el género literario en cuestión, la forma y temática de obras previas cuyo conocimiento se presupone en la obra y la confrontación entre el mundo poético de la obra y las vivencias cotidianas del público. El valor estético de una obra literaria variará, pues, en función de la separación que el texto sea capaz de establecer con respecto a dichos condicionantes previos, a lo que Jauss denomina "distancia estética" (*ästhetische Distanz*) y que ejemplifica en el "Quijote" de Cervantes, capaz de superar ampliamente su inicial horizonte de expectativas ligado a la novela de caballerías.

Por lo que respecta a Iser, sus obras principales son "*Der implizite Leser*"[121] y "*Der Akt des Lesens*"[122], que aparecen poco después de la citada de Jauss y en las que comparte su "provocación" hacia la teoría literaria que pretende analizar la literatura prescindiendo del estudio del lector. De este modo, Iser se interesa por el proceso interno de lectura, esto es, por la *interacción* que se establece en la obra entre el autor y el receptor, si bien este último no le interesa en tanto que sujeto o grupo concreto, sino como modelo abstracto y general de referencia para el análisis literario, lo que él denomina "lector implícito", el cual

> encarna el conjunto de preconcepciones que un texto de ficción ofrece a sus posibles lectores como condiciones de recepción. [...] esto quiere decir que han de atribuirse a la

120 *Idem*.

121 W. Iser, *Der implizite Leser. Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*, Fink, Munich, 1972.

122 W. Iser, *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*, Fink, Munich, 1976.

> redacción del texto condiciones de actualización que permiten construir el sentido del texto en la conciencia receptora (*Rezeptionsbewußtsein*) de los destinatarios. Por ello, el concepto de lector implícito describe una estructura textual en la que el receptor ya está de antemano preconcebido.[123]

A partir de aquí, Iser se distancia de Jauss al defender que el sentido del texto no se halla inscrito en él (y, por tanto, a la espera de ser revelado), sino que está siempre *por construir* en la confluencia entre el "polo artístico" (que corresponde al texto) y el "polo estético" (propio del lector) que constituye la lectura. El primero de ellos, por un lado, realiza en el acto de escritura una síntesis a partir de sus condiciones textuales (la tradición literaria, con sus constantes referencias, citas, intertextualidad) y extratextuales (historia, educación, vida). A partir de dicha síntesis, que contiene ya, toda vez que implícitos, los elementos para la realización del texto, es necesario para que se produzca dicha realización y culmine así la *comunicación literaria*, que se establezca una relación entre texto y lector (igualmente determinada por normas literarias y extraliterarias). Similar al "horizonte de expectativas" de Jauss, para Iser ese encuentro entre texto y lector dependerá del "repertorio del texto" (*Textrepertoire*), por el cual este genera sus propios referentes comunes de significado: "Consecuentemente, todo texto literario tiene dispuesta una determinada oferta de roles para sus posibles receptores"[124].

Finalmente resulta también de interés destacar la importante apuesta que la lingüística ha realizado en las últimas décadas por estudiar los enunciados desde una atenta consideración a la diversidad de *contextos* en que aquellos pueden surgir, contextos que aluden tanto al conjunto discursivo en el que una frase se inserta como a los condicionantes sociales y culturales (factores de índole extralingüística) de los agentes implicados en la interacción lingüística (*usuarios*, pues, de la lengua) y que, en última instancia, influyen decisivamente en la

123 *Ibid.*, p. 60-61. (La traducción es mía)
124 *Ibid.*, p. 61.

interpretación del significado de dicho enunciado. He aquí las claves que circunscriben el dominio de la *pragmática*, cuyas primeras formulaciones no sistemáticas se encuentran ya desde finales de los años treinta (si bien inspiradas en los trabajos de Charles Peirce, fundador del pragmatismo y considerado fundador de la semiótica moderna) con los estudios de Charles Morris, quien en 1946 define ya la pragmática como una de las tres partes de la semiótica (junto con la semántica y la sintaxis) la cual "se ocupa del origen, usos y efectos de los signos en el ámbito comportamental en el que aparecen"[125]. Pese a ser esta la definición más citada, resulta sugerente la aportación de Rudolf Carnap al respecto, pues este lingüista se refiere ya explícitamente al citado "usuario de la lengua": "Si en una investigación se hace referencia explícita al hablante o, para decirlo más en general, al usuario de la lengua, entonces ella la adscribimos al terreno de la pragmática"[126].

Ahora bien no será hasta la publicación póstuma en 1962 de "*How to Do Things with Words*"[127] ("Cómo hacer cosas con palabras"), en la que se recogen las conferencias que John L. Austin pronunció en la Universidad de Harvard en 1955, cuando emerjan con fuerza en la filosofía del lenguaje las cuestiones referidas (no sin antes marcar claramente las distancias con el citado pragmatismo filosófico). No en vano de dicho libro parte la aplicación de la teoría de la acción al lenguaje (si bien ya Platón en su "Cratilo" había puesto en boca de Sócrates la siguiente pregunta retórica: "¿Y el nombrar no es una acción, puesto que el decir era una acción que se refiere a las cosas reales?"[128]), considerando que la producción de frases constituye en sí misma un *acto de habla* (*speech act*), frente a la "falacia descriptiva" ("*descriptive fallacy*") en la que incurrirían aquellos filósofos que consideran que una frase en modo indicativo sólo puede emplearse para efectuar

125 C. W. Morris, *Signs, language and behaviour*, Prentice Hall, Englewood Cliffs (Nueva Jersey), 1946, p. 218, citado en J. Lyons, *Semántica*, Teide, Barcelona, 1980, p. 108.

126 R. Carnap, *Introduction to semantics*, MIT Press, Cambridge (Massachussetts), 1942, p. 9, citado en *ibid.*, p. 109.

127 J. L. Austin, *How to do things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955*, Clarendon Press, Oxford, 1962.

128 Platón, *Cratilo o Del lenguaje* (387 C-387 D), Trotta, Madrid, 2002, p. 79.

descripciones y no para realizar (*perform*) una acción. De este modo, junto a las "expresiones constatativas" ("*constative utterances*"), las cuales son empleadas para describir determinadas cosas, Austin defiende y delimita conceptualmente en esta obra la existencia de "expresiones performativas" ("*performative utterances*"), que "no son `verdaderas o falsas´" (a diferencia de lo que ocurre con las anteriores) y en las que "la pronunciación de la frase es, o forma parte de, una acción"[129]. A partir de aquí, Austin plantea que dichos *speech acts* se componen a su vez de tres tipos de actos diferenciados: el "acto locutivo" ("*locutionary act*"), que implica una acción fonética marcada por una intención y un propósito específicos y controlados (el acto de decir algo); el "acto ilocutivo" ("*illocutionary act*"), referido a la acción que se lleva a cabo *al decir algo* (prometer, desear, interrogar, etc.); y el "acto perlocutivo" ("*perlocutionary act*"), esto es, el efecto obtenido en el auditorio mediante dicho acto de decir:

> En primer lugar distinguimos un grupo de cosas que hacemos al decir algo, todas las cuales quedan resumidas diciendo que realizamos (*we perform*) un acto locutivo, que es aproximadamente equivalente a pronunciar cierta frase con cierto sentido y cierta referencia, lo que de nuevo es aproximadamente equivalente al "significado" en sentido tradicional. En segundo lugar, dijimos que también realizamos actos ilocutivos tales como informar, ordenar, avisar, asumir, esto es, expresiones que poseen una cierta fuerza convencional. En tercer lugar, también podemos realizar actos perlocutivos: lo que ocasionamos o conseguimos al decir algo, como convencer, persuadir, disuadir e incluso, sorprender o confundir.[130]

Estos planteamientos de Austin sentarán las bases para posteriores reflexiones filosóficas sobre la "lengua ordinaria", como las de John Searle o del propio Ludwig Wittgenstein, cuyas concepciones sobre el *everyday use* del lenguaje repasa Michel de Certeau en el primer

129 J. L. Austin, *op. cit*., p. 5. (La traducción es mía).
130 *Ibid*., p. 109.

volumen de "*L´invention du quotidien*"[131]. Por lo que respecta a la influencia de estas ideas de Austin en la pragmática lingüística, habrá que esperar a la publicación en 1977 de "*Text and context*"[132] por parte de Teun A. Van Dijk para que esta corriente experimente un avance y una sistematización analítico-científica importantes. En efecto, las exploraciones que emprende este lingüista holandés tienen en cuenta las aportaciones recientes tanto de la filosofía del lenguaje como de las ciencias sociales (análisis de conversaciones y de las diferencias culturales en la interacción verbal) para renovar la teoría lingüística ya desde sus dos supuestos de partida.

El primero alude a la insuficiencia que caracterizará a aquella reconstrucción teórica de las expresiones que se centre exclusivamente en el análisis de su forma y significado, ya que prescindiendo de esta manera del "tercer nivel" correspondiente a la *acción* (el nivel pragmático de descripción) será pasada por alto buena parte de las convenciones que proporcionan su "adecuación" ("*appropriateness*") a las expresiones de la lengua natural (consideradas como *actos de habla*) en el marco de su contexto comunicativo: "una expresión no debería caracterizarse sólamente en términos de su estructura interna y el significado que se le asigna, sino también en términos del acto realizado al producir tal expresión"[133]. El segundo supuesto atañe más específicamente a la atención que el análisis lingüístico ha de prestar a las frases entendidas como componentes de "secuencias de oraciones", con vistas a que aquella reconstrucción teórica considere también la unidad superior en la que se integra, esto es, el "texto".

A partir de aquí, Van Dijk dedica la segunda parte de su libro a puntualizar de qué modo los actos de habla pueden ser explicados basándose en los principios de la teoría de la acción y, eminentemente, a definir el concepto básico de la pragmática, el *contexto*, y de qué manera

131 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol 1. Arts de faire*, pp. 23-27.

132 T. A. Van Dijk, *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*, Longman, Londres, 1977. Versión en castellano, T. A. Van Dijk, *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*, Cátedra, Madrid, 1980.

133 T. A. Van Dijk, *Texto y contexto*, p. 31.

este influye en la adecuación o no de las expresiones. Finalmente, el autor concluirá esta obra precisando de qué modo se configuran las relaciones sistemáticas entre estructura textual (a la que está dedicada la primera parte) y contextual (así como entre sus respectivas macro-estructuras), siguiendo el criterio de la teoría gramatical según el cual los diferentes niveles del discurso que se analizan han de estar sistemáticamente vinculados: "Así como decimos, en semántica, que un discurso tiene este tópico o tema [...], podemos decir, en pragmática, que tenía este "punto" o "propósito" o "función", aludiendo de ese modo al acto global de habla realizado al expresar el discurso en el contexto apropiado"[134].

De tan escueto repaso por algunas aproximaciones a la problemática del receptor desde la lingüística y la teoría literaria se concluiría, por un lado, que muchas de estas teorías mantienen un marcado interés por los "efectos" (que el autor inscribe de antemano en su obra), descartan la cotidianeidad a la hora de acercarse al lector, al que describen casi en exclusiva de forma abstracta y prototípica (acompañado de los adjetivos total, modelo, implícito, competente, etc.) y, a consecuencia de ello, acuden a buscarlo impersonalmente *dentro del texto*, que de este modo conserva su posición de centralidad teórica. Apuntado esto, hay que reconocerles a estos análisis un papel clave en el giro producido en muy diversas disciplinas hacia la recepción, pues en ellos se encuentra una crítica, a veces demoledora, de la jerarquía literaria que concede primacía al autor, así como una reivindicación de la lectura dentro de una concepción más amplia e interactiva de lo literario como "acto" o "proceso" de índole comunicativa.

En dicha reivindicación resulta cardinal la concepción que muchos de ellos defienden de que no existe una interpretación correcta o una intención profunda del autor que haya que descifrar en el texto literario (en detrimento de todas las demás, que se convertirían en malentendidos), sino una pluralidad de sentidos que se van actualizando y enriqueciendo en cada lectura. Por último, resulta significativo subrayar cómo en este juego de sentidos buena parte de los autores les

134 *Ibid.*, p. 343.

reconoce ya plena importancia tanto a los condicionantes literarios como a las circunstancias extraliterarias, en tanto que convenciones determinantes de toda lectura. He aquí, pues, que esta puede comenzar a pensarse desde la *asimetría* fundamental entre autor y lector, ya sea en términos de *asincronía* (como en la *provocación* histórica de la escuela de Constanza), de diversidad de competencias culturales, contextos sociales o paradigmas ideológicos. Asimetría, en fin, que constituirá a partir de entonces uno de los puntos de partida clave para los análisis críticos del consumo cotidiano que propugnan la actividad y la resistencia por parte del lector.

2.4. Cultural studies y *"estudios culturales"*

2.4.1. Los *cultural studies* anglosajones

Uno de los autores que se considera heredero de los postulados de la estética de la recepción que hemos revisado en último lugar es el jamaicano Stuart Hall, al que se retorna aquí en su condición de figura fundadora de los denominados *Cultural Studies*. Esta corriente, nacida en Inglaterra, supone un hito en el estudio del consumo (ya plenamente mediático) y en la temprana atención a esas asimetrías a las que se ha aludido, preocupándose, ellos sí, por estudiar la recepción desde la concreción de una perspectiva social profundamente enraizada en la vida cotidiana de los consumidores.

En su obra "Introducción a los estudios culturales"[135], Armand Mattelart y Érik Neveu realizan una completa relación de los antecedentes históricos que, en el contexto del Reino Unido, prefiguran el surgimiento de esta escuela, desde la tradición de pensamiento denominada *Culture and society*, marcada por el desasosiego ante la decadencia de la cultura en el marco de la pujante sociedad industral mecanizada y de la emergencia de las clases populares, hasta los *English Studies* y la concepción de la cultura (literaria, eminentemente) como artífice de la civilización y la cohesión social y nacional. Por lo que respecta al contexto social y político de la época, señalan estos dos autores el año 1956 como fecha simbólica de los conflictos que sacudían la sociedad en esa época, con la crisis del canal de Suez y el aplastamiento soviético de la insurrección de Budapest. El primer evento hacía revivir el fantasma del feroz colonialismo británico y levantó amplias olas de contestación en el país y el segundo marcó profundamente a toda una generación política de izquierdas que, desolada ante el cariz del modelo comunista, se aleja cada vez más de los fundamentos marxistas clásicos y se lanza a la búsqueda de

135 A. Mattelart y E. Neveu, *Introducción a los estudios culturales*, Paidós, Barcelona, 2004.

alternativas marcadas por la heterodoxia, la crítica y la inquietud por lo contemporáneo y lo cotidiano. A ello se sumaban la desconfianza hacia las promesas de movilidad social que cristalizaban en aquella época con la extensión del acceso a estudios universitarios para amplias capas de la población inglesa, así como los palpables síntomas de desafección y extrañamiento por parte de los jóvenes de la clase obrera no sólo ante dicha movilidad, sino también con respecto a los valores, las luchas y la retórica política clásica de sus mayores.

En este sentido, remarcan Mattelart y Neveu la insoslayable influencia que en los *Cultural Studies* ejerció la obra de dos importantes pensadores británicos críticos del marxismo, Raymond Williams y el mencionado Edward P. Thompson. En cuanto al primero, consagró buena parte de su obra teórica a un análisis de la cultura que deja atrás el reduccionismo marxista que la desdeña por considerarla totalmente sometida a los determinantes económicos (y en ello muestra su deuda con Antonio Gramsci y su concepto de "hegemonía cultural", sobre los que se vuelve en el punto 3.2.1.3) y también aquel otro reduccionismo literario que entendía la cultura y el arte como algo al margen de (y ello equivalía a *por encima de*) la sociedad y la historia, esto es, como un coto privilegiado de artistas, intelectuales y especialistas. A partir de aquí, Williams se lanza ya desde finales de los cincuenta a una tarea investigadora que va a señalar un profundo desplazamiento en la forma de reflexionar sobre la dimensión simbólica que impregna toda la vida social y sobre la profunda imbricación de la cultura con la experiencia cotidiana.

De esta forma, el prolífico pensador británico emprende en 1958 en "*Culture and Society*" un estudio genealógico de la noción de "cultura" en la sociedad industrial. Parte, así, del romanticismo y llega hasta autores contemporáneos en lo que supone una decisiva deconstrucción de la visión monolítica de este concepto que busca evidenciar cómo su evolución es reflejo de sucesivas visiones del mundo, sensibilidades y motivaciones y con la que Williams "asienta la historia de las ideas sobre una historia del trabajo social de producción

ideológica"[136]. Esta ruptura con la preeminencia de la "*high culture*", así como la inclusión de las formas de expresión artística en un esquema más amplio de comprensión de la cultura en tanto que comunicación social es certificada por Williams en la obra citada de este modo:

> La cultura es ordinaria: he aquí el primer hecho. Toda sociedad humana posee su propia forma, sus propias motivaciones, sus propios significados. Y expresa todo esto en instituciones, en las artes y en el aprendizaje. La construcción de una sociedad supone el hallazgo de significados y direcciones comunes, y el crecimiento, debate y revisión activos de ellos bajo la presión de la experiencia, el contacto y el descubrimiento, que se inscriben sobre el terreno. [...] a través de esto vemos la naturaleza de una cultura: la de ser siempre tradicional y creativa a un tiempo [...] Algunos escritores reservan esta palabra para uno u otro de estos sentidos; yo insisto en ambos, y en lo significativo de su conjunción. [...] La cultura es ordinaria, en cada sociedad y en cada mente.[137]

Sobre estas cuestiones seguirá profundizando Williams tres años más tarde en su obra "*The Long Revolution*"[138], donde se concentra ya en el papel de los medios de comunicación, de la escuela y de la alfabetización como pilares esenciales del cambio social. Y si bien este pensador atiende a las diferencias de clase y a la crítica del capitalismo, la otra gran figura de la *New Left* británica, E. P. Thompson, va a concebir su citada "*The Making of the English Working Class*" como una abierta crítica al apego de Williams a una concepción literaria "evolucionista" que sigue poniendo el acento en la cultura como algo singular. A ella la confronta Thompson con su visión de la cultura *en plural*, esto es, construida a lo largo de un conflictivo proceso histórico de transformación de las experiencias, los modos de vida y las ideas, íntimamente ligado a las luchas sociales y a la continuidad que en ellas

136 *Ibid.*, p. 41.
137 R. Williams, *Culture and Society*, Hogarth Press, Londres, 1993, p. 6. (La traducción es mía)
138 R. Williams, *The Long Revolution,* Penguin, Harmondsworth, 1965.

es posible trazar de una resistencia de la clase trabajadora (definida tal y como veíamos) al "capitalismo como sistema". En cualquier caso, resulta evidente la influencia de Williams en el propósito de Thompson de construir su obra como un intento de reflexionar sobre la cultura liberándose del lastre marxista que la supedita totalmente a la base económica para, en sus propias palabras, "abordar lo que considero en Marx como un auténtico silencio. Un silencio en el terreno de lo que los antropólogos denominan `el sistema de valores´ [...] Un silencio respecto de las mediaciones de tipo cultural y moral"[139].

Es, pues, en este convulso contexto social y político británico que aparece en 1957 la que se considera obra pionera de los *cultural studies*, "*The uses of literacy*" (literalmente, "Los usos de la alfabetización", si bien en francés se tradujo como "*La culture du pauvre*", "La cultura del pobre"), escrita por Richard Hoggart. Estamos ante una obra audaz y sutil, cuya lectura asombra por el riesgo de su propuesta tanto como por el de su enfoque metodológico, ambos decididamente pioneros. Todo lo que en la teoría comunicativa, pero también en la literaria, lingüística y semiótica he señalado como una carencia generalizada, y que sólo entonces comienza a adquirir protagonismo entre ciertos científicos sociales *periféricos*, esto es, la contemplación de la comunicación de masas desde la multitud de circunstancias que se entretejen en lo cotidiano y la atención por la recepción a través de la experiencia de sujetos y grupos concretos, lo encontramos en este trabajo con un grado de elaboración y minuciosidad extremado.

No en vano Hoggart se zambulle en el ámbito de los *media* escritos, en aquel momento entre los más influyentes, desde la radical cotidianeidad de la clase obrera e insiste en la compleja, contradictoria y, según él, no poco inquietante interacción que se produce entre su cultura y la cultura industrializada que representan los periódicos, las revistas y demás publicaciones masivas. Con ello Hoggart se desmarca por completo del enfoque de los estudios sobre los *media* que se venían

139 E. P. Thompson, "Conversations with M. Merrill", en *Radical History Review*, mayo 1976, citado en A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, p. 40.

realizando hasta el momento y se distingue por plantear una temprana crítica del consumo en el contexto de las industrialización cultural que no reincide ni aquel "funcionalismo de lo peor" (en expresión de Bourdieu y Passeron[140]) que sólo detecta en él un determinismo opresor, ni tampoco en su correlato entusiasta de corte culturalista, con su afán por recortar en la cultura popular una nueva esencia revolucionaria igualmente predeterminada a la oposición. La grave exageración de ambas tendencias, tal y como ha sido formulada por García-Canclini, nos demuestra hasta qué punto la investigación de este profesor inglés marca una ruptura fundacional:

> ... se insistió tanto en la contraposición de la cultura subalterna y la hegemónica [...], que ambas fueron pensadas como exteriores entre sí. Con el supuesto de que la tarea de la cultura hegemónica es dominar y la de la cultura subalterna es resistir, muchas investigaciones no parecen tener otra cosa que averiguar fuera de los modos en que una y otra cultura desempeñan sus papeles en este libreto.[141]

De este modo, Hoggart estructura su obra en dos partes bien diferenciadas, que reflejan la oposición clave en torno a la que gira su estudio. En la primera, "*An `older´ order*" ("Un orden más antiguo"), nos brinda un minucioso y rico retrato de la *experiencia cotidiana* de la clase trabajadora (centrándose en determinados barrios obreros del norte de Inglaterra), en el que describe su atmósfera vital desde muy diversas perspectivas: moral, cultural, socioeconómica, familiar, barrial, laboral, festiva, etc. Con ello pretende, de entrada, "evitar la vaguedad que casi inevitablemente resulta de hablar sobre la `gente común´"[142], pero, por encima de ello, ofrecer una caracterización suficientemente detallada y

140 P. Bourdieu y J. C. Passeron, "Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues", en *Les Temps Modernes*, vol. XIX, nº 211, París, diciembre de 1963, pp. 998-1021.

141 N. García-Canclini, “Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular", en *Revista Nueva Sociedad*, nº 71, Caracas, marzo-abril 1984, p. 70.

142 R. Hoggart, *The uses of literacy. Aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainment*, Penguin Books, Harmondsworth, 1977, p. 18. (La traducción es mía)

profusa de la vida ordinaria de la población obrera que le permita sostener una de sus tesis centrales, la de la *continuidad* histórica de la cultura tradicional de estas clases populares de generación en generación (y ello, apostilla, "para bien y para mal").

A tal fin acomete el profesor inglés una investigación etnográfica de carácter igualmente pionero que, en lugar de conducirlo hasta los antípodas del planeta en busca de aquello que la *transparencia* o el mestizaje creciente de nuestro entorno impide detectar, lo confronta con lo cotidiano a partir de la experiencia de sus propios orígenes obreros y de su ininterrumpido contacto e intercambio con ese ámbito. Desde tan osada, a mi entender, propuesta metodológica de *autoetnografía*[143] (si bien eminentemente en la primera persona del plural del "*us*"), demuestra Hoggart su virtuosa capacidad de observación y delicada inducción a partir de sus vivencias, no exenta de autocrítica y de prevención hacia aquellos "romanticismos" que incurren en "acentuar en demasía las admirables cualidades de la antigua clase trabajadora y su actual condición degradada"[144]. De dicho análisis extrae el autor un conjunto de rasgos que caracterizan la vida ordinaria de esta clase trabajadora, entre los que destaca el marcado sentido de clase y su consiguiente solidaridad (la diferencia entre "ellos" y "nosotros", -"*them* and *us*", título del tercer capítulo), los fuertes lazos familiares, la tolerancia, el apego a lo concreto y las relaciones personales, el escepticismo, el inconformismo, la capacidad de resistir (relacionada con cierto sentido vital trágico) y la alegría de vivir, que es disfrute del momento.

He aquí, pues, el elaborado trasfondo social sobre el que Hoggart aborda en la segunda parte, "*Yielding place to new*" ("Cediendo terreno a lo nuevo"), la poderosa implantación de una "cultura de masa" que supone que "las apelaciones de los publicistas de masas se realizan hoy, por numerosas razones, más insistentemente, con más efectividad y de una forma más comprensiva y centralizada de lo que se hacía

143 Noción muy apropiada que acuñó Passeron en: J. C. Passeron (dir.), *Richard Hoggart en France*, Centro Pompidou / BPL, París, 1999.
144 R. Hoggart, *op. cit.*, pp. 13-14.

previamente"[145]. Esta expansión de la cultura industrializada, que el autor estudia en las publicaciones escritas, conlleva para él una serie de tendencias clave que percibe como nocivas, sobre todo en tanto que destruyen un conjunto de valores morales y sociales tradicionales que él aprecia como fundamentales para su clase y dignos de ser mantenidos. Frente a esto, añade, lo que de positivo podrían aportar las nuevas actitudes introducidas por la masificación cultural no es suficientemente promovido y apoyado, con lo que el saldo total de estas transformaciones resulta para él decididamente empobrecedor. Ahora bien, la clave de estas reflexiones sobre el decisivo conflicto entre lo popular y lo masivo reside en que Hoggart no cae en ningún momento en la citada tentación de considerar ambas culturas como *escindidas* entre sí, sino que desde el principio plantea como otra de sus tesis capitales la de que ese conflicto se articula de un modo mucho más sutil, solapado y *cómplice*, que nos exige desplazar el foco de atención para captar "cómo las apelaciones de las publicaciones de masas mucho más ampliamente difundidas conectan con actitudes comúnmente aceptadas, cómo están alterando esas actitudes y cómo están encontrando resistencia"[146].

Partiendo de estas premisas, se interroga este padre de los *cultural studies* acerca de los vínculos que permiten relacionar los mencionados valores populares tradicionales con esos otros "nuevos" que las clases dominantes ("ellos") imponen crecientemente a través, en este caso, de sus publicaciones masivas. Así, Hoggart identifica el "igualitarismo democrático", que reabsorbe la distinción de clases y empuja a los obreros a un creciente *desclasamiento*, como basado en el sentido y la solidaridad grupal; entiende igualmente que la defensa de la "libertad", concebida como individual e ilimitada, hasta el punto que deviene en laxitud y debilidad moral, así como en renuncia al compromiso, se cimenta sobre aquella tolerancia popular que se mostraba caritativa ante la fragilidad humana; la incesante invitación al hedonismo, al *entretenimiento* y al *progresivismo* ("*progressivism*") de estar permanentemente a la moda (con su correspondiente olvido de la historia, de lo antiguo, por "pasado de moda") estaría conectada con

145 *Ibid.*, p. 24.
146 *Ibid.*, pp. 18-19.

aquel deseo de goce, que derivaba de la conciencia de que había que sobrellevar lo mejor posible las penurias y aprovechar cuanto estuviera a la mano en el presente ante la incertidumbre del porvenir; el devenir individualista que conduce a la *indiferencia* ante lo que sucede alrededor, así como a la *fragmentación social* y su consiguiente dependencia de las autoridades para intervenir donde antes existía la solidaridad, tendrían, por otro lado, sus antecedentes en el apego a lo concreto, a las relaciones personales y al aspecto humano de la vida (que no comprende las grandes abstracciones o ambiciones y las descarta); finalmente, el cinismo que se recrea en la fatalidad de su situación y cae en la desesperanza, el conformismo y la falta de compromiso con los demás, se interpreta como una derivación del escepticismo ante las grandes palabras y promesas, el cual derivaba antaño de la experiencia (y no tanto de una impostura previa) y de la conciencia de las dificultades de la vida (que no de la rendición ante ellas).

La conclusión que Hoggart extrae de su estudio incide, sin duda, en desterrar las tesis de los efectos directos y poderosos de los *media* sobre la gente común, pero no ignora en ningún momento el calibre de la amenaza cultural que supone la *pérdida* de la riqueza que contiene buena parte de los valores tradicionales obreros y su progresiva captura y sustitución por otros promovidos por los poderosos a partir de predisposiciones favorables de las clases subalternas.

> Al estudiar las publicaciones populares tendemos insensatamente a atribuirles, a causa de su enorme volumen, una prominencia mayor en la experiencia general de la gente de la que de hecho poseen. En aquellas áreas donde su efecto es más intenso, dicho efecto puede ser dañino: sobre otros aspectos más amplios de la experiencia, pueden ejercer también un efecto adverso; pero ahí el efecto se deja sentir con bastante lentitud, es refrenado y neutralizado una y otra vez por otras fuerzas. La gente no vive vidas tan imaginativamente pobres como una mera lectura de su literatura sugeriría. [...] estos recursos [los valores tradicionales] les habilitan para ignorar ampliamente y sacar un gran partido de lo que no parece tenerlo, para continuar

> aplicando sus propias visiones sobre aquello que acaso no lo merezca [...] El resultado es que la gente de la clase trabajadora resulta en gran medida menos afectada de lo que podría serlo. La pregunta es, por supuesto, cuánto durará esta reserva moral, y si se está renovando suficientemente.[147]

En cualquier caso, nos hallamos ante una obra singularmente pionera en la investigación sobre aquellas "mediaciones de tipo cultural y moral" en el ámbito de los medios de comunicación y las industrias culturales. En efecto, la ambivalencia y el conflicto presentes en las dinámicas culturales contemporáneas son agudamente captados y puestos de manifiesto por Hoggart, si bien, como él mismo reconocía años más tarde, la vertiginosa mutación posterior en estas interacciones exige revisar las reflexiones más apegadas al contexto temporal inmediato. Sea como fuere, las percepciones de este autor supondrán a partir de entonces un punto de referencia indispensable para la aparición y desarrollo de los *cultural studies* y, más allá, para muchos de los posteriores enfoques críticos sobre el consumo mediático y la vida cotidiana.

Habrá que esperar aún siete años, no obstante, para que se funde el que será el instituto de investigación que marcará la pauta y constituirá la referencia clave del florecimiento de esta corriente investigadora a uno y otro lado del Atlántico (mayoritariamente, como apunté, en el ámbito anglosajón): el *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), en el seno de la Universidad de Birmingham. Dicho centro encuentra en sus inicios no pocas dificultades y reservas derivadas de su original enfoque y de su composición heterogénea, que es recibida desde disciplinas académicas bien delimitadas como un intrusismo o una perversión de sus herramientas para fines declaradamente "ordinarios". Esta consideración peyorativa de "cazadores furtivos"[148] de las ciencias sociales es especialmente cruda

147 *Ibid.*, pp. 324-325.

148 Cabe recordar al respecto que otro de los destacados trabajos de Thompson, "*Whigs and hunters*", se ocupa precisamente de los cazadores furtivos de la Inglaterra del siglo XVIII, en cuyas actividades y principios identifica el historiador algunos de los rasgos culturales fundamentales de la mentalidad rural de la época:

por lo que respecta a la teoría literaria, que reacciona contrariada ante el trasvase de sus enfoques e instrumentos interpretativos de la alta literatura a los territorios de la cultura masiva, despreciados por vulgares y groseros. No obstante el inicial impulso del propio Hoggart, responsable y referente clave del centro hasta 1968, y su posterior dirección por parte de Stuart Hall, contribuyen a reivindicar la singular y rica aportación de esta perspectiva y a consolidar una amplia red de influencias e intercambios entre el CCCS e investigadores e institutos de muy diversos puntos. Me detendré brevemente a comentar la obra de Hall, no sólo por su condición de *founding father* de estos estudios y por su prominencia política en la época, sino también por la gran influencia que su obra citada "*Encoding / Decoding*" ejercerá sobre los posteriores estudios sobre la recepción desde diversas perspectivas, como ya quedó apuntado.

Este autor de origen jamaicano, ligado desde joven a la *New Left* y promotor de algunas de sus publicaciones, destaca como coordinador de los grupos y de las publicaciones colectivas más célebres del CCCS, así como por los brillantes artículos que produce, donde demuestra una gran sensibilidad hacia la cambiante dinámica cultural y una capacidad destacada para ligarla a los procesos y movimientos políticos emergentes en el momento. Muy interesado en la introducción del concepto de "hegemonía" de Gramsci en el campo de los *cultural studies*, este autor aborda una gran multiplicidad de temáticas, habitualmente ligadas al imaginario popular y los *media* (las secciones *rosa* de los periódicos, las fotografías de prensa, el racismo en los discursos comunicativos o las subculturas juveniles), pero también referidas a discusiones ideológicas de fondo. En concreto, su obra "*Encoding/Decoding*" destaca por la capacidad que demuestra para acometer un análisis textual (y esta corriente entiende por "texto" tanto una obra literaria como un anuncio comercial o una telenovela) que incorpora plenamente los conceptos de "negociación" y "oposición" a la

E. P. Thompson, *Whigs and hunters. The origins of the Black Act*, Penguin, Londres, 1975. Ello, por supuesto, sin ignorar la caracterización de las operaciones de los usuarios que Michel de Certeau efectúa en el primer volumen de "*L´invention du quotidien*" en términos de "*braconner*" (cazar -o pescar- furtivamente).

hora de concebir a los receptores, amén de por ser uno de los más destacados intentos de estudiar la producción y consumo televisivos prescindiendo de prejuicios y posiciones maniqueístas. En este sentido, Hall destaca la existencia de un elemento de actividad importante en el consumo por el que la persona, en función de su experiencia y de su formación previas, estaría en posición de negociar (más o menos ventajosamente) el sentido del texto en cuestión.

A partir de aquí, este investigador desarrolla su modelo de codificación/descodificación de los discursos mediáticos, en el que de entrada se reconoce la deuda con las teorías literarias anteriores. En efecto, el profesor jamaicano sitúa concretamente el sentido de los textos televisivos en un lugar intermedio entre el emisor y el televidente, sin perder de vista la influencia de sus dispares circunstancias sociales, culturales y temporales (y que enlazan con aquella inspiradora idea de la crítica de la lectura, la de la *asimetría* entre productor y lector) y contempla también la existencia de un margen de comprensión (*margin of understanding*) por el que los discursos pueden ser leídos a partir de un código que diverge de aquel con el que fue producido inicialmente. Ahora bien, la aportación del modelo de Hall es precisamente el esfuerzo por adaptar dichos esquemas previos, aplicados hasta el momento exclusivamente en literatura o en procesos de comunicación interpersonales, al ámbito de la comunicación masiva. En este sentido, el autor de origen jamaicano subraya la importancia de la posición social de la recepción, proponiendo tres posibles códigos interpretativos de los textos mediáticos por parte de sus lectores: Una lectura *hegemónica*, o dominante, por la que el lector asume por completo el código del texto y reproduce la *lectura preferente*; una lectura *negociada*, que, como apunté previamente, supone que el lector maneja alternativamente tanto el código del texto como otros propios que reflejan sus intereses; y una lectura *contrahegemónica*, la de aquellos cuya situación social los sitúa en clara contradicción con el código dominante y que, por lo tanto, pese a comprenderlo, lo rechazan y lo intepretan desde códigos alternativos de diferente índole. Varios años después de elaborar este esquema, Stuart Hall ha mostrado su insatisfacción con él por mantener una estructura lineal y no contemplar cómo la descodificación también

determina las ulteriores codificaciones, de acuerdo con su defensa de que los estudios sobre la recepción no constituyen en absoluto un estudio segregado del resto de etapas de la comunicación, sino que están directamente relacionados con ellas e influyen en su conformación[149].

A partir del mencionado impulso conjunto de Hoggart y Hall como directores e investigadores destacados, el CCCS comienza una etapa de florecimiento con lo que Mattelart y Neveu denominan "la segunda generación de los estudios culturales"[150]. En ella destacan a estudiosos como Dick Hebdige, Charlotte Brunsdon, Dorothy Hobson, Tony Jefferson, Andrew Lowe, David Morley, Paul Willis y otros más, quienes van a abrir nuevas e interesantes líneas de trabajo en torno a la cotidianeidad y los medios de comunicación, además de incorporar el influjo de corrientes pujantes de la época como los Estudios de Mujeres o aquellos otros sobre minorías étnicas. De dicha segunda generación parten obras colectivas como la mencionada "*Culture, Media, Language*", en la que se efectúa una aproximación a los medios audiovisuales desde múltiples polos como las amas de casa, el tratamiento de la sexualidad, al tiempo que se incluyen reflexiones teóricas acerca del propio estatuto de los estudios culturales o sobre la recepción. Sin embargo, no será hasta los comienzos de los ochenta (época asimismo de la expansión de los *cultural studies* en Norteamérica y algunos puntos de Europa) cuando la cuestión del consumo mediático adquiere una posición central para esta escuela, en un "giro etnográfico" que Mattelart y Neveu caracterizan por el propósito de varios de los autores citados por aplicar y poner a prueba empíricamente en contextos de consumo cotidianos el modelo de codificación-descodificación provisto por Hall[151].

Esta tendencia la abrieron a finales de los setenta Charlotte Brunsdon y David Morley con su análisis de la recepción del

149 S. Hall, "Reflections upon the Encoding/Decoding Model: An Interview with Stuart Hall", en J. Cruz y J. Lewis (eds.), *Reading, Viewing, Listening*, Westview Press, Boulder, 1994, pp. 253-274.

150 A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, p. 49.

151 A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, pp. 81 y 82.

informativo *Nationwide*[152], y la continuará este último en "*The `Nationwide´ Audience*"[153], en el que, si bien comprueba la validez del esquema de Hall, identifica también no pocas cuestiones problemáticas a las que dicho esquema no alcanza a responder, eminentemente la concepción de la recepción como determinada por otros factores que no son sólo los de clase (grupos étnicos, mujeres, etc.). Resulta especialmente destacable, además, la imaginación metodológica de Morley para aproximarse lo más posible a las actitudes y las respuestas de los televidentes ante los programas que ven, tanto en esta última obra, como en la siguiente dedicada a la televisión, "*Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*". Influído sin duda por la original metodología desplegada por James Lull en su obra citada[154] para estudiar a televidentes de distintas partes del mundo, Morley se sirve pioneramente en "*The `Nationwide´ Audience*" de *focus groups* compuestos por espectadores de muy diversa extracción social, mientras que la última obra citada amplía las técnicas de investigación, incorporando la observación participante, el dietario o los grupos de discusión.

Otra autora destacada es la estadunidense Janice Radway quien, bebiendo de los trabajos previos de Hobson y Brunsdon y de la consolidación en esta época de los *Women´s studies* en EE.UU., desarrolla una destacada investigación etnográfica con lectoras de novelas románticas para comprender la fascinación que estas ejercen sobre el público femenino, la cual da lugar a la publicación de "*Reading the Romance*"[155], consagrada a estudiar los modos de lectura de dichas novelas por parte de las mujeres. Finalmente, menciono al australiano John Fiske, que, en obras como "*Television Culture*"[156] o "*Understanding popular culture*"[157], se ocupa de la lectura de textos

152 C. Brunsdon y D. Morley, *The "Nationwide" Studies*, Routledge, Londres, 1999.
153 D. Morley, *The "Nationwide" Audience. Structure and decoding*, BFI, Londres, 1980.
154 Ver nota 81.
155 J. Radway, *Reading the Romance. Women, Patriarchy and Popular Literature*, University of North California Press, California, 1984.
156 J. Fiske, *Television culture*, Methuen, Londres, 1987.
157 J. Fiske, *Understanding popular culture*, Routledge, Londres, 2001.

televisivos y, más allá, de las interacciones de los consumidores con centros comerciales, modas, películas o estrellas musicales como Madonna. En sus trabajos Fiske concede un papel preponderante al consumidor por encima de los productos de las industrias culturales, atiende al elemento de placer que puede hallarse en la lectura y destaca la noción propuesta por de Certeau de "*écart* " (que traduje como "desvío", aunque también podría entenderse como "distancia" o "separación") entre la cultura industrializada y la vida cotidiana, desvío en el cual la cultura popular se produciría.

La llegada de los noventa marca un momento de profunda crítica y revisión de la deriva de los presupuestos de los *cultural studies*, así como del diseño de sus investigaciones y de sus instrumentos metodológicos, y ello por más que su expansión se mantenga constante a lo largo de esta década. En ello influye, por supuesto, el contexto político y cultural de la época, marcado por el reciente mandato de Margaret Thatcher, con su política ya plenamente neoliberal de privatizaciones, desregulación de las telecomunicaciones, enfrentamiento con los sindicatos y recorte de los derechos sociales y, por otra parte, por el reconocimiento del cambio drástico en unas industrias culturales cada vez más concentradas e, igualmente, en una nueva generación de consumidores mediáticos que ha crecido en contacto directo con la televisión y el resto de *mass media*. A ello añaden Mattelart y Neveu el factor de *despolitización* que supone en estos años la incorporación de una nueva generación de investigadores muy alejada del compromiso que impulsó esta corriente desde los sesenta, así como la progresiva disgregación de las redes sociales de la Nueva Izquierda que dotaban a estos investigadores de una privilegiada conexión con los movimientos sociales más pujantes.

En esta línea se sitúan las reflexiones del propio Stuart Hall, quien ya en 1990 anticipa cómo aquella expansión capitalista (la "globalización"), que afecta de lleno a la dinámica cultural británica y comienza a ejercer su influencia en otras partes del mundo, conlleva la necesidad urgente de replantearse las categorías sociales, políticas y económicas sobre las que se construyen los *cultural studies* y de asumir

los nuevos retos que suponen la fragmentación de las identidades sociales o los fenómenos migratorios[158]. En cualquier caso, el profesor jamaicano no se queda en la descripción anticipada del traumático panorama globalizador, sino que también vislumbra en él la posibilidad de emergencia de lo local y lo subalterno, la llegada de un momento histórico en que se puede contrarrestar la hegemonía mediante una narración "de abajo hacia arriba", en la que "lo no hablado descubre que tiene una historia que se puede hablar, que hay otros lenguajes que los lenguajes del amo"[159]. Retomando esta urgencia de Hall por replantear los estudios culturales, son varios los estudiosos y críticos que, ante el retorno a planteamientos funcionalistas que devuelven al consumidor a su previo aislamiento (a favor de la corriente "globalizadora" y su celebración del mencionado "consumidor soberano") y ante el riesgo de cierta "vena `posmoderna´" que afirma que "el mundo no es más que signos, representaciones, *collage* de discursos y préstamos culturales"[160], rescatan el protagonismo de los condicionamientos económicos, políticos y sociales que afectan rotundamente el nuevo panorama del consumo mediático. Un ejemplo de ello lo constituye Brigitte Le Grignou, quien centra su crítica en el trabajo de Fiske, reprochándole que reduzca lo social meramente a textos:

> En el caso de Fiske circulan textos (significaciones y placeres) pero pocos interrogantes sobre las condiciones de producción, de circulación, de reproducción de estos textos, y especialmente sobre las instituciones que no sólo producen, sino que también estructuran la recepción de estas formas simbólicas que son los textos. Fiske permanece ciego (¿o mudo?) ante la desigual distribución de bienes materiales y parece estar convencido de que `el mercado capitalista que facilita una amplia disponibilidad de gran cantidad de textos agradables ejerce un efecto de

158 Ver, por ejemplo, S. Hall, "Cultural Identity and Diaspora", en Jonathan Rutherford (ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*, Lawrence and Wishart, Londres, 1990, pp. 222-237.

159 S. Hall, "The Local and the Global: Globalization and Ethnicity.", en A. King (ed.), *Culture, Globalization and the World System*, MacMillan, Londres, 1990, p. 35.

160 A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, p. 112.

> democratización´, del mismo modo que evita interrogarse sobre la distribución de las competencias para resistir al mensaje, para negociar con él, para utilizarlo como un recurso no sólo individual sino social.[161]

El propio David Morley emprenderá a finales de los noventa una reflexión sobre los estudios de recepción, incluyendo una revisión de su propia obra en la que defiende su atención promordial al ámbito doméstico de recepción como una forma de complementar, y no de abandonar, las cuestiones referidas al poder o la ideología, la "dimensión vertical del poder mediático"[162]. En cualquier caso, este autor acuña irónicamente la expresión "democracia semiótica" para reprochar a muchos estudios recientes dentro de esta tendencia el haber recaído en la abstracción del consumidor y la exageración de su capacidad de maniobra, así como el haberse dedicado a "documentar la total ausencia de la influencia mediática en la `democracia semiótica´ del pluralismo posmoderno"[163].

Para concluir considero indispensable apuntar las críticas principales que los propios Mattelart y Neveu, en su obra citada, dirigen a esta corriente, sin por ello dejar de reconocer sus decisivas aportaciones. Por una parte, echan de menos en muchos de estos estudios, sobre todo a partir de Hoggart y Thompson, un mayor conocimiento de los fundamentos de las ciencias sociales, particularmente de la sociología cultural, resaltando que ello podría haberlos alejado de ciertas desviaciones populistas que tienden a sobrevalorar determinados aspectos o a identificar señales de resistencia en actitudes que de otro modo habrían sido mejor matizadas. Pero sobre todo les van a achacar un abandono de la historia y de la economía que proviene, según ellos, del rechazo extremo al "reduccionismo

161 B. Le Grignou, "Les perils du texte", en *Réseaux*, nº 78, CNET, París, 1996, p. 113, citada en A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, pp. 84-85.

162 D. Morley, "So-called cultural studies. Dead-ends and reinvented wheels", en *Cultural Studies*, vol. 12, nº 4, octubre de 1998, p. 487.

163 D. Morley, "Theoretical orthodoxies. Textualism, constructivism and the 'new ethnography' in cultural studies", en M. Ferguson and P. Golding (eds.), *Cultural studies in question.*, Sage, Londres, 1997, p. 125.

económico" y de "la obsesión por el pequeño objeto, por la trivialidad de las pequeñas historias en la amnesia de los mecanismos sociales que determinan su producción"[164]. Por lo que respecta concretamente a la historia, si bien reconocen las aportaciones de Thompson y Williams en este sentido, echan claramente de menos una consideración de los procesos sociales y políticos en su densidad temporal y una atención por la incorporación de las tradiciones culturales que permitirían dotar de mayor base a sus análisis. Junto a ello, les inquieta el rechazo hacia la dimensión económica que determina la producción cultural y mediática (más aún cuando uno de los principios que esta escuela reivindicó en sus orígenes fue el de la necesidad de un enfoque transdisciplinar de los procesos culturales) y sobre todo su reciente incorporación, acrítica en buena medida, de los paradigmas de la "globalización":

> Desde el desencadenamiento de los procesos de desregulación, los estudios culturales han patentado el léxico de lo global sin el menor inventario, interrogación o sospecha sobre la ambivalencia y las ambigüedades de un anglicismo que se propagará a la velocidad de la luz hacia las lenguas del mundo entero: el colmo para una tradición intelectual que ha convertido el acoso del discurso en su especialidad.[165]

164 A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, p. 148.
165 A. Mattelart y E. Neveu, *op. cit.*, p. 146.

2.4.2. "Estudios culturales" desde la otra América

Otra referencia indispensable en las últimas décadas por lo que respecta a la investigación sobre el consumo es, sin duda, la de aquellos autores que, desde las particulares circunstancias culturales y sociales que vive Sudamérica, tratan de indagar en la recepción mediática a través de las derivas de las culturas populares en el panorama de las industrias culturales mundializadas, asumiendo para ello una perspectiva *fronteriza*, apegada a los márgenes. Considerados a menudo herederos de los mencionados *cultural studies*, alguno de estos autores no se ha sentido demasiado cómodo con esta catalogación, como ha expresado nítidamente, por ejemplo, Jesús Martín-Barbero:

> Nosotros teníamos estudios culturales desde hace mucho tiempo. [...] Yo no empecé a hablar de cultura porque me llegaron cosas de afuera. Fué leyendo a Martí, a Arguedas que yo la descubrí y con ella los procesos de comunicación que había que comprender. Uno no se ocupaba de los medios: estaban en la fiesta, en la casa, en la cantina, en el estadio. [...] Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera.[166]

Entre estos autores destacan especialmente el brasileño Renato Ortiz, con su trabajo sobre la "moderna tradición"[167] y la expansión de lo "internacional popular"[168]; el chileno Jose Joaquín Brunner, preocupado por las transformaciones sociales recientes y su influencia en el "sistema cultural", no sólo de Chile, sino de toda América Latina[169]; o el mexicano Jorge González, con su propuesta de enfoque de lo cotidiano

166 J. Martín-Barbero, "Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera" (entrevista con Ellen Spielmann), en *Dissens*, n ° 3, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1996, pp. 47-53. Consultado en: http://www.javeriana.edu.co/pensar/Rev33.html (última consulta: 9 de agosto de 2006).

167 R. Ortiz, *A moderna tradição brasileira*: *Cultura brasileira e indústria cultural*, Ed. Brasiliense, Sao Paulo, 1988.

168 R. Ortiz, *Mundializaçao e cultura*, Ed. Brasiliense. Sao Paulo, 1994.

169 J. J. Brunner, *América Latina: Cultura y modernidad*, Grijalbo, México, 1997.

desde los "frentes culturales", en su propósito por conocer de qué manera se conforman los públicos de las industrias de la cultura[170]. Ahora bien, como ya ha quedado patente en estas páginas, dos son los autores de esta *escuela* que ejercen una influencia sobresaliente en el presente estudio, el argentino Néstor García-Canclini y, sobre todo, el avilés-colombiano Jesús Martín-Barbero. Dado que se ha de volver sobre ellos más adelante, me limito a señalar aquí ciertas aportaciones conceptuales capitales que considero que enriquecen ideas que se han expuesto en este recorrido.

La primera es, sin duda, la que da título a la obra de Martín-Barbero "De los medios a las mediaciones". A este desplazamiento ya me referí al comienzo del estudio, pero ahora podemos contextualizarlo como una recuperación de las tempranas inquietudes presentes en Benjamin, Thompson y Hoggart, la cual enlazaría con la preocupación por el reduccionismo predominante que constriñe la comunicación a lo que sucede *en* los *media*. A partir de aquí, dichas "articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales" permitirán, según Martín-Barbero, superar aquella empobrecedora centralidad de los medios para dar cabida a la multiplicidad de factores sociales que conforman las prácticas de consumo, así como para que no se escape que la hegemonía no se ejerce *desde fuera*, sino mediante dispositivos que toman elementos inscritos en lo popular y los moldean para reabsorber las contradicciones sociales. Esta perspectiva constituye para estos investigadores, en palabras de García-Canclini, "la única garantía de que no pasemos del simulacro de la hegemonía al simulacro de la democracia: evitar que una dominación derrotada resurja en los hábitos cómplices que la hegemonía instaló en nuestro modo de pensar y de relacionarnos"[171].

En este sentido, Martín-Barbero estima capital rescatar otra

170 J. González, "Frentes Culturales: culturas, mapas, poderes y luchas", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. 1, n° 3, Universidad de Colima, Mexico, 1987.

171 N. García-Canclini, citado en J. Martín-Barbero *De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial G. Gili, Barcelona, 1987, p. 229.

idea que hemos venido repasando, la de las *asimetrías* de competencias, de demandas, de idioma, de tradición cultural, pero también temporales -las asincronías. Dicha atención hacia las asimetrías está en la base de su marcado interés por rastrear las diversas *matrices de cultura* (núcleos originarios de significados desde los que se comprende el mundo y se integran sus transformaciones) que intervienen en la comunicación, enclave estratégico, según él, para abordar los más decisivos conflictos sociales y políticos contemporáneos (esos mismos que en Inglaterra anticipaba Stuart Hall). De ahí la importancia que Martín-Barbero concede en el análisis de las industrias culturales a la adopción de una perspectiva histórica que no se limite a recoger los hitos tecnológicos o económicos que jalonan la implantación de los distintos medios de comunicación, sino que dé cuenta de la sustancial *continuidad* de las culturas populares a través de sus sucesivas mutaciones, en lo que vendría a ser "*una historia de la constitución de lo cultural* que nos permita pensar esta continuidad"[172]. En esta investigación, así, me apoyaré en la noción de "matriz cultural" para profundizar en los procesos que metamorfosean actualmente el ámbito comunicativo de modo decisivo, así como para caracterizar las prácticas cotidianas de consumo tomando en consideración sus referentes históricos.

Por lo que respecta a García-Canclini, resulta ciertamente destacado su esfuerzo por reflexionar sobre el consumo desterrando la herencia funcionalista de la separación tajante entre medios y audiencias (especialmente aquella variante que reduce a estas a la mera docilidad) y contemplando la comunicación como un espacio donde también se dan relaciones de "*colaboración*" y "*transacción*" a través de los citados dispositivos hegemónicos. Más allá, resulta igualmente aclaratoria su insistencia en superar el reduccionismo y compartimentación que caracterizan este tipo de estudios en las distintas ciencias sociales y su propuesta de enfocarlos desde una óptica multidisciplinar que atienda a sus dimensiones simbólica, sociopolítica y también económica. Desde esta perspectiva, el consumo es definido por el autor argentino como "el

172 J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerarios para salir de la razón dualista*, Ediciones G. Gili, Naucalpan, México, 1987, p. 203.

conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos"[173], subrayando el carácter *colectivo* de dicha *apropiación* para distinguirla nítidamente de "la mera posesión individual de objetos aislados"[174]. Más allá de esta definición, García-Canclini defiende una visión de estas operaciones de uso muy inspiradora, porque, como sugiere el título de su obra "Consumidores y ciudadanos", infiere que es precisamente en este terreno donde se perfila hoy una lucha crucial por reivindicar el protagonismo democrático de esa multitud de consumidores que no se ha de resignar a la soberanía impotente que le ofrece la *libertad de mercado*, sino que puede profundizar en su participación social hacia la reconquista de los espacios públicos.

173 N. García-Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México D.F., 1995, pp. 58-59.
174 *Ibid.*, p. 69.

2.5. La "distinción" y los "modos de hacer" : Breve apunte sobre el consumo en Bourdieu y de Certeau

Antes de cerrar este repaso de las investigaciones más destacadas sobre la *lectura* de textos mediáticos hemos de volver a dos pensadores franceses ya reseñados a lo largo de estas páginas, Pierre Bourdieu y Michel de Certeau. El primero, del que ya se citó una de sus obras dedicadas a analizar las prácticas sociales (con especial atención por lo cotidiano), publica en 1979 un libro titulado "*La Distinction*"[175], que contiene ideas de considerable relevancia para pensar acerca de la dimensión simbólica del consumo. En esta obra el autor francés elabora una teoría sobre los "gustos" y los "estilos de vida" a partir de su concepción de la sociedad como estructurada en torno a diferencias de clase, la cual no entiende en el sentido marxista clásico de grupo realmente existente y separado del resto de clases, sino en función de *distinciones* relativas al capital (económico, cultural o social) poseído en cada uno de los distintos campos de que aquella se compone. Dicha teoría da cuenta de la incesante "lucha simbólica" que se produce desde el siglo XVII en dichos campos sociales y por las que los sujetos, a través de la apropiación y el manejo de diferencias sutiles (expresadas en gestos, acentos, vestimentas o preferencias artísticas), persiguen el mantenimiento o la transformación de la jerarquía social.

Estas operaciones las localiza el sociólogo del Béarn por excelencia en el campo artístico, examinando de qué modo el consumo de una obra de arte no se basa en la empatía o en la sensibilidad, sino en un "proceso de comunicación", esto es, en la puesta en juego de un conjunto de códigos y de competencias culturales (pertenecientes al capital cultural), sin cuya posesión el lector no podrá acceder al significado de la obra. Esta nueva formulación de la *asimetría* de lectura conlleva, desde el punto de vista de Bourdieu, unos "beneficios de distinción" para los detentadores de dicho conocimiento, los cuales serán

175 P. Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, París, 1992.

directamente proporcionales a su exclusividad. De aquí concluye el pensador francés que el arte y, en general, el consumo cultural (y en este punto incide en que lo decisivo no es tanto la *apropiación* de objetos como la *forma* de consumirlos) poseen una función social, deliberada o no, de legimitación de las divisiones sociales.

En cuanto a Michel de Certeau, referencia capital en esta investigación, se recurre a él en este apartado para recoger la definición de "*arts de faire*" ("modos de hacer", en la traducción castellana, que he adaptado en el título de esta tesis) que ofrece en el citado primer volumen de "*L´invention du quotidien*", de manera previa a la profundización que sobre esta noción emprendo en el quinto capítulo. No en vano desde la introducción de dicha obra el historiador francés caracteriza esos modos en relación con su atención hacia los *usos* sociales, con lo que desplaza el foco de interés desde el funcionamiento del intrincado sistema de producción de mercancías y representaciones al empleo que de ellos efectúan los grupos sociales, y ello desde su pleno reconocimiento como otra forma diferenciada de *producción*, como "poïétique" ("creación", "invención"):

> La presencia y la circulación de una representación [...] no indican en modo alguno lo que ella constituye para sus usuarios. Aún queda por analizar su manipulación por los practicantes que no son sus fabricantes. Sólo entonces se puede apreciar el desvío (*écart*) o la similitud entre la producción de la imagen y la producción secundaria que se esconde en el proceso de su utilización.[176]

A esta "producción secundaria" (contrapuesta a la primaria, "centralizada, ruidosa y espectacular"[177]), la denomina ya de Certeau "consumo" y le atribuye cualidades *escurridizas*, relacionadas con el disimulo, el silencio, la diseminación y la furtividad, a las que se ven empujadas por el expansionismo totalizador de los sistemas comerciales, culturales, de planificación urbana, etc. Dicho consumo tiene que ver

176 M. de Certeau, *L´Invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, *op. cit.*, p. XXXVIII.
177 *Ibid*., p. XXXVII.

igualmente con la creatividad de una fabricación cultural que trabaja "con un vocabulario y una sintaxis *recibidos*"[178]. Continuando con la metáfora lingüística, el historiador equipara dicha fabricación al proceso de "enunciación", en la medida en que ella constituye también una operación dentro de un sistema dado, una reapropiación de sus elementos por los "locutores", la instauración de un presente a partir de las particulares circunstancias espacio-temporales (aquel "cronotopo" de Bakhtin) y, finalmente, el establecimiento de un contrato mediante la negociación con el "interlocutor".

Por último, de Certeau explica su empleo del término "*arts*" en función de la suposición de que estas operaciones no son inconexas o inconscientes, sino que se articulan en torno a una *lógica* que las sitúa en el terreno de los modos de hacer, los cuales se relacionan con lo que él califica como una "*ratio* `popular´, una manera de pensar investida en una manera de actuar, un arte de combinar indisociable de un arte de utilizar"[179]. Para acabar, en cualquier caso, no se ha de pasar por alto que todas estas consideraciones las acompaña de Certeau del temprano apercibimiento de que, justamente por el carácter furtivo de estas prácticas (y huelga afirmar que también se han de *hacer componendas -faire avec*[180]- con la ley, en sentido no sintáctico), la investigación sobre el consumo así entendido deviene una tarea compleja y resbaladiza que ha de asumir de inicio su limitado alcance con respecto a operaciones "que sucesivamente exacerban y desconciertan nuestras lógicas"[181].

178 *Ibid.*, p. XXXVIII.
179 *Ibid.*, p. XLI.
180 "*Faire avec: Usages et tactiques*" es el título del capítulo III de la obra citada.
181 M. de Certeau, *L´Invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. XLII.

CAPÍTULO 3.
TRANSFORMACIONES SOCIALES E INDUSTRIAS CULTURALES

CAPÍTULO 3.
TRANSFORMACIONES SOCIALES E INDUSTRIAS CULTURALES:
Entonaciones diversas de la *red*

El estudioso francés Armand Mattelart abre su "Historia de la utopía planetaria" con esta cita de Jorge Luis Borges (de la obra "*La esfera de Pascal*" de 1951): "Quizá la historia universal es la historia de la diversa entonación de algunas metáforas"[182]. Asumiendo de entrada la recurrencia con la que acudimos a la literatura para encontrar claves que nos permitan orientar nuestras reflexiones, resulta altamente inspiradora esta frase del escritor argentino a la hora de adentrarnos en este tercer capítulo. Porque, a medida que me he ido asomando cada vez más a las teorías acerca del espacio social que se configura en nuestra época, me he ido convenciendo por factores diversos de que sus extraordinarias mutaciones y los formidables conflictos que ellas desencadenan remiten, en última instancia, a nociones y tendencias sorprendentemente similares en su formulación, pese a su traza dramáticamente antagónica, y que, por cierto, no son de ningún modo novedosas *sensu stricto*. Las *apariciones*, en este trabajo, sólo tendrán cabida en el capítulo quinto con San Precario.

En este sentido, escojo de entre las numerosas metáforas acuñadas de unas décadas hacia acá para referirse a dichas mutaciones (muchas de las cuales, insisto, proceden de la literatura) una en concreto, la de la *red*, que, además de parecerme especialmente rica y compleja, supone una especie de *comodín* al que se recurre con profusión en los discursos y teorías más dispares, y ello desde mucho tiempo antes de que apareciera la red de Internet. Recientemente, eso sí, el eco de esta metáfora se ha expandido de forma especialmente aguda, dando pie a reacciones extremas que oscilan entre el mesianismo globalizador

182 A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, Paidós, Barcelona, 2000, p. 13.

(eminentemente de mercado, aunque no es el único) y el fatalismo de tintes orwellianos.

Por lo que respecta a los defensores de la globalización son ampliamente conocidas sus promesas de democratización, libertad, igualdad y florecimiento cultural a través de esta integración mundial auspiciada por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (NTIC). Permítase un pequeño apunte para ilustrar el *quién* y el *cómo* de este proceso.

El 16 de noviembre de 1945 se crea en Londres la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el marco de las iniciativas promovidas por la ONU tras el final de la Segunda Guerra Mundial. En el preámbulo de su texto constitutivo, los signatarios de los diferentes países se declaran "resueltos a asegurar a todos el pleno e igual acceso a la educación, la libre búsqueda de su verdad objetiva y el libre intercambio de las ideas y conocimientos" de acuerdo con el objetivo general de la organización, que consistiría en "contribuir a la conservación de la paz y de la seguridad estrechando, mediante la educación, la ciencia y la cultura la colaboración entre las naciones"[183]. Loable propósito sellado por la inmensa mayoría de las naciones mundiales.

Casi cincuenta años después, el 1 de enero de 1995 nace en Ginebra la Organización Mundial de Comercio (OMC) tras la Ronda de Uruguay (1986-1994), la cual "se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países" partiendo de una serie de ventajas que van "desde el dinero de nuestro bolsillo, pasando por las mercancías y los servicos que utilizamos, hacia un mundo más pacífico" y con el objetivo primordial de "ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades"[184]. A la luz de sus respectivas declaraciones, resulta ciertamente chocante que,

183 http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=6206&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (última consulta: 28 de agosto de 2006).

184 Ver: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm (última consulta: 28 de agosto de 2006).

eminentemente a partir de 1998, la OMC haya sustituido por completo a la UNESCO (dotada como está, además, de capacidad sancionadora, a diferencia de esta última) como organismo mundial encargado de decidir y hacer cumplir las políticas que han de regir a escala mundial en el ámbito de la cultura (en su más amplio sentido, desde la agricultura hasta las NTIC). Más chocante aún resulta que para tomar dichas cruciales decisiones que han de democratizar el globo y favorecer el desarrollo cultural sus representantes hayan de refugiarse, desde el bloqueo de la Conferencia Ministerial de Seattle (EE.UU.) del 30 de noviembre de 1999 por decenas de miles de manifestantes, en literales *bunkers* cada vez más apartados de los núcleos de población para estar así a salvo de las protestas de la sociedad civil.

En cuanto a los que comparten esta euforia por las NTIC y, huyendo también del *mundanal ruido*, se zambullen en el *ciberespacio* como el nuevo paraíso inexpugnable de la libertad, de la experimentación cultural y de la expansión corporal y la superación de los límites espacio-temporales, estimo que hay que sospechar también de ellos por los inexcusables *olvidos* en que incurren y, más allá, por las peligrosas derivaciones de las que ellos pueden servir de coartada. Al paso de tal tendencia sale el crítico cultural estadounidense Mark Dery, quien dedica su atención a la "cultura digital alternativa" por entender que ella "desplaza nuestro debate sobre la tecnología desde el `allí y entonces´ hasta el `aquí y ahora´, enlazándolo con las relaciones de poder y corrientes sociales de nuestro momento histórico". Sólo de esta manera juzga Dery que es posible conjurar la amenaza que, para dicho debate, entraña la adopción ciega y gregaria de tecnologías que llevan inscritas en su interior decisiones políticas sobre las que no se reflexionaría:

> las visiones de un *ciberéxtasis* son de una seducción mortal que aleja nuestra atención de la destrucción de la naturaleza, de la descomposición del tejido social y del abismo cada vez mayor entre la elite tecnocrática y las masas con salario mínimo.[185]

185 M. Dery, *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo* Madrid, Siruela, 1998, p. 24. (La cursiva es mía).

Qué añadir, finalmente, acerca de aquella "contrafascinación del poder" que ya se trató previamente y que en las últimas décadas se viene declinando en términos de apocalipsis tecnocrática. No parece que dicha declinación contribuya un ápice a sacarla de su parálisis, posición, por otro lado, cómoda y *estable* en tiempos de cambio en que el suelo no deja de moverse bajo nuestros pies. Tampoco que vaya a matizar aquel prerrequisito de la idiotez de la mayoría de la gente, el cual, al contrario, se vuelve cada vez más imperioso ante la complejidad de los procesos que se ponen en juego y la variedad de sus dimensiones. Ante ello, mantienen su vigencia las palabras con que Neil Postman introduce su investigación sobre la televisión y el *showbusiness* en "Divertirse hasta morir", publicado en 1985:

> Estábamos pendientes del año 1984. [...] Pero habíamos olvidado que al lado de la pesimista visión de Orwell, había otra, un poco anterior y menos conocida, pero igualmente escalofriante: *Un mundo feliz*, de Aldous Huxley. [...] Lo que Orwell temía era a aquellos que pudieran prohibir libros, mientras que Huxley temía que no hubiera razón alguna para prohibirlos. Orwell temía a los que pudieran privarnos de información. Huxley, en cambio, temía a los que llegaran a brindarnos tanta que pudiéramos ser reducidos a la pasividad y el egoísmo. Orwell temía que nos fuera ocultada la verdad, mientras que Huxley temía que la verdad fuera anegada por la irrelevancia.[186]

Dejemos de lado, pues, tales ecos altisonantes para tratar en este capítulo de afinar el oído y detectar de qué diversas formas se viene entonando históricamente la metáfora de la red y qué resonancia profunda produce en nuestra sociedad actual y, particularmente, en la configuración de las industrias culturales.

186 N. Postman, *Divertirse hasta morir: El discurso público en la era del "show business"*, Ediciones de la Tempestad, Barcelona, 1991, p. 5.

3.1. Matrices de cultura: Deshaciendo el ovillo "global"

> A través de los ferrocarriles, se está preparando una inmensa fusión de intereses, de ideas y de costumbres. Lo que los hace gratos tanto al pensador como al último ciudadano perdido entre la muchedumbre; lo que granjea para estas vías de comunicación el sufragio entusiasta de las bellas almas, al mismo tiempo que los instintos adivinatorios del vulgo, no sólo es que proporcionen un vehículo, procedimientos perfeccionados de intercambios y de transacción; la profunda simpatía de las masas populares, lo mismo que la de las naturalezas de élite, no se ganan con tan poco; no sólo es cuestión de oficio y de mercancía. Es que los ferrocarriles ofrecen a la civilización un instrumento superior de concierto y unidad; es que llegan a propósito para ayudar al género humano a alcanzar sus más sublimes destinos. Gracias a ellos, la mezcla de naciones y de razas, que hasta ahora sólo se producía en las distintas hogueras de la guerra, se efectuará entre suaves abrazos. Se constituirá la santa alianza de los pueblos y la humanidad se encaminará hacia el santuario de la fraternidad universal. [...] Los ferrocarriles aparecen como un agente predestinado para facilitar esta obra gloriosa. He aquí por qué los hombres se apasionan por ellos, y he aquí por qué nuestra patria faltaría a su misión de iniciativa y sería desposeída de su rango, si no se apresurara a dar la señal para acometer la red europea[187].

¿Quién diría hoy que tal discurso laudatorio sobre el advenimiento de la globalización (esta *ferroviaria*) data de 1841 y fue compuesto con motivo de la inauguración de la línea internacional que unía las ciudades de Estrasburgo y Bâle, separadas por poco más de 140 kilómetros? De hecho, si tan sólo sustituyéramos, en las tres ocasiones

187 Michel Chevalier, *Lettres sur l´inauguration du chemin de fer de Strasbourg à Bâle*, Gosselen, Paris, 1841, pp. 79-80, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, pp. 152-153.

en que aparece, el término "ferrocarriles" por alguno más actual como "nuevas tecnologías", "ordenadores" o "Internet", el texto cobraría automáticamente plena vigencia y podría ponerse en boca de políticos, *gurús* y megacorporaciones de este tercer milenio.

La única intención de esta propuesta de *collage* al inicio de la presente sección es la de poner de relieve la cuestión de la supuesta *novedad* absoluta de los escenarios globales surgidos de la extraordinaria expansión de otras redes, en este caso electrónicas. A lo largo de las siguientes páginas se propone, en este sentido, un repaso de las investigaciones que, desde el prisma de la historia (y ello implica, por supuesto, atender a las mencionadas "mentalidades" y "representaciones"), tratan de hallar y definir las rupturas y las consistencias que caracterizan a los profundos cambios sociales que experimentamos en esta época, así como de trazar con minuciosidad sus orígenes. Como quedó explicitado al inicio, la motivación de tal empeño es la profunda insatisfacción con demasiadas teorías y reflexiones actuales que dan por supuestos, o incluso escamotean, los procesos lentos y de profundo calado que subyacen al vértigo de cambio de esta etapa. De este modo, sin dejar de reconocer la asombrosa dimensión de muchos de estos cambios, el grado excepcional y la aceleración de procesos previamente anecdóticos y, por supuesto, el carácter inédito de determinadas propiedades, situaciones y dinámicas actuales, se retoma aquí el hilo de las *matrices de cultura* para recoger las contribuciones que deshacen el enmarañado ovillo de la globalización. Recuérdese en este sentido lo apuntado en el apartado 2.4.2 acerca de dicho concepto, que es rescatado y reivindicado singularmente por Jesús Martín-Barbero a finales de los ochenta para subrayar la trascendencia de estudiar los procesos de comunicación a partir de los universos de significado y los imaginarios a los que remiten originariamente.

Tal línea de investigación constituye, para numerosos autores, una de las más destacadas y provechosas en el campo de la comunicación en los últimos años, sin que su calidad traiga necesariamente aparejada la abundancia deseable de sus trabajos. Uno de los científicos cuya obra descuella en este sentido es, sin duda, el belga

Armand Mattelart, de quien proviene la cita de los ferrocarriles. Este catedrático de la Universidad Paris VIII emprende desde la segunda mitad de los ochenta un viraje hacia el *enfoque genealógico*, que lo lleva a bucear varios siglos atrás en pos de las huellas de los muy diversos imaginarios que apelan a la mencionada "fraternidad universal" (en muchos casos, como hemos visto, una mera deformación de las corrientes *utópicas* que llevan siglos propugnando paralelamente una sociedad más libre y humana) y a examinar desde la economía política las raíces de los procesos que hoy se desarrollan vertiginosamente, todo ello en su afán por "hacer arraigar la reflexión sobre la comunicación en la historia de los modos de regulación social que acompañan a las mutaciones del poder"[188]. Para esta sección se descarta reflejar todo ese exhaustivo recorrido, por el que el autor se retrotrae hasta el Renacimiento y los grandes "viajes de descubrimiento", y se privilegian sus análisis históricos sobre la economía, la política y las representaciones que parten de las importantes transformaciones del siglo XIX. Precisamente de estas reflexiones de Mattelart se extrae uno de los adjetivos ("tecnomercantil") que caracteriza a la matriz de cultura hegemónica que en esta investigación llamaré *matriz tecnomercantil y militar*, adjetivo este último que alude específicamente al periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial en EE.UU.).

A ella se contrapone (entendiendo que sólo es concebible en su confluencia conflictiva con la anterior) una segunda matriz genérica, esta marcadamente *resistente*, que Mattelart detecta tempranamente en los proyectos políticos decimonónicos ligados a las luchas obreras y cuya pista sigue hasta comienzos del siglo XX. A partir de aquí se trata de *tirar de este hilo* para enlazar dichas concepciones con la emergencia desde finales de los cincuenta y sesenta, en el efervescente contexto de EE.UU., de una corriente de rebeldía y experimentación que vuelca en la tecnología sus ansias de libertad y de solidaridad. La singularidad de los referentes a que apelan estas tendencias, unida a la concepción de una profunda *continuidad* entre ellos, me deciden a colocarle también dos *apellidos* a esta otra matriz, la cual será designada en consecuencia como *matriz libertaria / contracultural*.

188 A. Mattelart, *La invención de la comunicación*, Siglo XXI, México, 1995, p. 16.

Espero que estas sucintas pesquisas históricas en dos sentidos tan profundamente divergentes (en su íntima trabazón) permitan conjurar las graves limitaciones que para esta investigación podría acarrear la acrítica e incauta adopción del léxico elaborado recientemente en torno al anglicismo "globalización" (entre el cual la "red" ocupa un puesto señalado), de acuerdo con la advertencia de Mattelart: "Hay que desconfiar, por tanto, de estas denominaciones fetiches que, al hacer tabla rasa del pasado y consagrar la última expresión en boga, impiden cualquier comprensión política de la historia en curso"[189].

3.1.1. Matriz tecnomercantil y militar

3.1.1.1. Saint-Simon, la fisiología social y la red ferroviaria

Retomemos, para empezar, el discurso de Michel Chevalier acerca de la red de ferrocarriles, al que Armand Mattelart concede una significación muy especial que nos permite vislumbrar ya cuál será uno de los focos de atención por excelencia a lo largo de su investigación genealógica.

En efecto, si el profesor belga subraya sobremanera su trascendencia es porque entiende que en él se halla ni más ni menos que la primera traza explícita de la vinculación directa y necesaria ("los ferrocarriles aparecen como un agente predestinado para facilitar esta obra gloriosa", sentenciaba Chevalier) entre la tecnología y aquella "santa alianza" de las civilizaciones. "A partir de esta *matriz*", apostilla Mattelart, "la creencia redentora en la comunicación/máquina/progreso se convertirá en el sentido común del siglo XIX"[190], materializándose posteriormente en las sucesivas invenciones del telégrafo, el aerostato, la aviación, el cine, etc.

Ahora bien, para situar este discurso en su contexto político,

189 A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 435.
190 *Ibid.*, p. 153. (La cursiva es mía).

cultural y también económico es necesario seguir el recorrido de Mattelart hasta el siglo XVIII, en el que él localiza la gestación de los conceptos que invoca Chevalier, concretamente en figuras como el abate de Saint-Pierre, Adam Smith o Kant. El primero elabora ya en esta época un proyecto de "cuerpo europeo" para reunificar el continente, asolado por las guerras y fragmentado por el cisma religioso de la Reforma luterana, y dar pie, a la postre, a una forma de organización política de ámbito mundial que habría de constituirse en el "sistema de la paz perpetua". Por lo que respecta al economista escocés, se adhiere a esta búsqueda de la paz mundial con su propuesta de la "República mercantil universal", en la que los intercambios comerciales se propugnan ya como alternativa armonizadora de las diferentes naciones que ha de acabar con sus constantes enfrentamientos armados. Kant, por su parte, también reflexiona sobre aquella "paz perpetua", aseverando que sólo mediante el establecimiento de constituciones adecuadas en las naciones y de una organización exterior basada en convenciones comunes acordadas entre ellas podrían superarse las carencias del derecho internacional y alcanzarse una "comunidad civil universal", precondición para un mantenimiento de la paz que no fuera la de los cementerios.

No obstante, la influencia más directa en la citada proclama de la armonía universal mediante la máquina la sitúa el estudioso belga ya en pleno siglo XIX, a rebufo de las revoluciones en los recién creados EE.UU. y en Francia, así como de las guerras y la división que resquebrajan Europa, con la figura cardinal del aristócrata parisino Claude Henri de Rouvroy, conde de Saint-Simon. Este pensador francés, así, confía plenamente en que la industrialización y la ciencia (esa "Religión de Newton", abocada a sustituir a Dios por la gravitación universal, como profetiza allá por 1803[191]) son las piezas claves que promoverán planificadamente un cambio social que complete la Revolución Francesa (cuya filosofía negativa, según él, carecía de los elementos necesarios para la posterior organización social: "el amor a la libertad no basta a un pueblo para ser libre, necesita una ciencia de la

191 C. H. Saint-Simon, *Lettre d'un habitant de Genève à ses contemporains*, Alcan, París, 1925.

libertad"[192]) y que, ulteriormente, permita la unión de todo el globo:

> Las fuerzas temporales y espirituales de la sociedad han cambiado de manos. La verdadera fuerza temporal reside hoy en los industriales y la fuerza espiritual en los sabios. Ambas clases son, además, las únicas que ejercen una influencia real y permanente sobre la conducta del pueblo.[193]

Con estas premisas se embarca Saint-Simon en la construcción de su modelo de organización política, al que llama "fisiología social". Mediante este neologismo, el filósofo francés remarca la continuidad entre el orden biológico y el social y opera, en consecuencia, el trasvase al campo político y social del concepto de "red", que la fisiología había sacado ya en el siglo XVIII del ámbito textil como metáfora clave para entender el funcionamiento del cuerpo humano (y al que la ingeniería militar y civil recurren profusamente a partir de este momento para sus técnicas de fortificación y defensa y para la circulación de los flujos, respectivamente). Pues bien, este pensador aplica ahora tal esquema reticular al "cuerpo político" como un referente para acabar con las jerarquías propias del periodo feudal e instaurar un nuevo sistema regido por las dos características básicas de la organización reticular: la comunicación/distribución (equivalente a la circulación sanguínea, capaz de alimentar todo el cuerpo humano) y la regulación/encasillamiento (asimilada a la complejidad en la expansión de los impulsos del sistema nervioso central).

Resta, pues, incorporar a dicho modelo político su concepción de la sociedad como un "sistema industrial" que ha de ser gestionado mediante la aplicación del método científico, de modo que se produzca la transición del "gobierno de los hombres" a la "administración de las cosas". La adaptación industrial de la organización corporal en redes de tejidos exige, según el teórico francés, la conformación de redes financieras (sistemas de crédito) y de redes de transporte (sistemas de comunicación marítima y ferroviaria, a los que uno de sus seguidores,

192 Cita extraída de A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 141.
193 C. H. Saint-Simon, *El sistema industrial*, Revista del trabajo, Madrid, 1975, p. 50.

Herbert Spencer, añade ya en la segunda mitad de siglo la comunicación mediante el telégrafo, la prensa, las agencias de noticias y las encuesta, que facilitan aquella regulación del sistema nervioso industrial sobre sus miembros[194]). El lema será, por tanto, "todo por la industria, todo para ella", epígrafe de su obra "La Industria", en la que sintetiza estas ideas del siguiente modo:

> La industria es una: Todos sus miembros están unidos por los intereses generales de la producción, por la necesidad que tienen de seguridad y de libertad en los intercambios. Los productores de todas las clases, de todos los países, son esencialmente amigos; nada se opone a que se unan, y la coalición de sus esfuerzos nos parece la condición indispensable para que la industria obtenga toda la influencia de la que puede y debe disfrutar.[195]

Después de este repaso por las ideas pioneras de este pensador francés acerca de la organización social en los albores del siglo XIX, podemos situar mejor la declaración de determinismo ferroviario de Chevalier, llevado de la mencionada importancia que Saint-Simon concede a las vías de comunicación, a las que denomina "redes materiales" (a las que completan las "redes espirituales" financieras). No en vano, este ingeniero es uno de los miembros más destacados del movimiento sansimoniano, que nace justo tras el funeral de Saint-Simon el 22 de mayo de 1825 para predicar su "religión", desarrollarla teóricamente y, ulteriormente, cambiar la sociedad con su aplicación.

Así, Pierre Musso, filósofo cuya tesis doctoral versa precisamente sobre el pensamiento de Saint-Simon y su relación con la regulación de las telecomunicaciones hoy en día, distingue tres etapas principales en la acción de esta escuela[196]: Una primera, la "fase

194 A. y M. Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 16.

195 C. H. Saint-Simon, *L´Industrie*, vol. II (1817), en *Oeuvres de Saint-Simon et d´Enfantin*, albaceas de Enfantin, Paris, 1865-1878, vol. XIX, p. 47, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 140.

196 P. Musso, *Télécommunications et philosophie des réseaux*, PUF, París, 1997, p.

filosófica", que abarca hasta 1831 y está consagrada al desarrollo de la doctrina y su difusión. Hay que destacar aquí la variedad de reformulaciones a que es sometido el pensamiento sansimoniano, que lleva entre los años 1829 y 1830 a dos de sus discípulos principales, Enfantin y Bazard, a publicar la "*Exposition de la doctrine de Saint-Simon*", donde, por ejemplo, retoman la crítica en la que su maestro ataca dos de los pilares de la economía librecambista, la libre competencia y la centralidad del consumidor libre. Mediante la profundización en esta vertiente, de hecho, llegan a la condena de la explotación del hombre por el hombre y a la defensa de su sustitución por el esfuerzo conjunto de toda la humanidad hacia la explotación del planeta. Tales postulados quedan reflejados de esta manera en la exposición de la doctrina de la escuela sansimoniana:

> Asociación universal desde el punto de vista de la industria, estado en el que las diferentes naciones repartidas por la superficie del globo ya no deben presentarse más que como miembros de un vasto taller, trabajando bajo un impulso común, para la consecución de un objetivo común.[197]

La segunda etapa, marcada por la crisis y la separación entre dos de sus principales *profetas*, Bazard y Enfantin, abarca los años 1831 y 1832 y corresponde a la emergencia definitiva del concepto de red como pieza central de la religión sansimoniana, tal y como plasma el mismo Chevalier en su artículo "*Le système de la Méditerranée*", aparecido el 12 de febrero de 1832 en el periódico *Le Globe*: "En el orden material, el ferrocarril es el símbolo más perfecto de la *asociación universal*. Los ferrocarriles cambiarán las condiciones de la existencia humana"[198]. De esta forma, subraya Pierre Musso, Chevalier desarrolla ampliamente el concepto de red, pero al mismo tiempo opera una trascendental reducción en su sentido, que es *pionera* en su

174.

197 S.-A. Bazard, *Exposición de la doctrina* (primer año), p. 107, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 144.

198 Se trata, de hecho, del cuarto y último artículo de una serie publicada en el mismo periódico bajo el título general "Política general: la paz es hoy la condición de la emancipación de los pueblos".

tecnocratismo. Y es que este ingeniero de Montpellier esconde la dimensión de matriz técnica (de *medio*) que la red tiene para Saint-Simon bajo su consideración desde la óptica simbólica, por la que deviene *fin* dentro de lo que Chevalier denomina "una revolución política", ligada a la "asociación universal": "En Chevalier, la red técnica produce cambio social *per se*, mientras que para Saint-Simon la red es el punto de paso, pensado y utilizado para operar esta transformación por medios políticos"[199]. Esta prevención de Musso ante las ideas expuestas por el seguidor sansimoniano en esta segunda fase de su movimiento la extiende hasta cuatro años más tarde, con motivo de la publicación por parte de este de sus "*Lettres sur l´Amérique du Nord*", en las que, para Musso, se sientan las bases de la ideología de la comunicación y de la transformación de cuestiones sociales en asuntos meramente técnicos con "frases fundadoras"[200] como esta:

> Mejorar la comunicación es trabajar por la libertad real, positiva y práctica. [...] Es construir igualdad y democracia. Los medios de transporte perfeccionados tienen por efecto la reducción de distancias no sólo de un punto a otro, *sino igualmente de una clase a otra.*[201]

En cuanto a la tercera etapa, que comprende el periodo entre 1833 y 1875, Musso la denomina la "fase práctica o reticular", por la que se acomete la construcción efectiva de las redes de circulación de saber, de dinero y de comunicación por parte de los ingenieros y banqueros sansimonianos. Este periodo venía siendo anunciado ya desde finales de 1831 en artículos de *Le Globe* firmados por Enfantin y Chevalier, en los que rechazan seguir siendo los "publicistas" y "doctores" de su doctrina para pasar a ser los "industriales"[202] encargados de ejecutarla, reivindicando para estos, pero también para los banqueros y los ingenieros, el título de "*hommes politiques*" a los que pertenecería "el

199 P. Musso, *op. cit.*, p. 190. (La traducción es mía).
200 *Idem.*
201 M. Chevalier, *Lettres sur l´Amérique du Nord*, vol. 2, t. II, Gosselin, París, p. 3, citado en P. Musso, *op. cit.*, pp. 190-191. (La traducción y la cursiva son mías).
202 Extraído del artículo del 28 de noviembre de 1831 publicado en *Le Globe* por B. P. Enfantin, citado en P. Musso, *op. cit.*, p. 182.

futuro de la política"[203]. Ahora bien, de nuevo será el ex-cardenal Chevalier quien conduzca estas ideas hasta el extremo, expresándose en estos términos ya en 1832: "Hace falta un golpe de Estado, un golpe de Estado industrial"[204].

Algunas de las citas y de las ideas expuestas hasta aquí, en las que se habla de la diferencia de "clases", de la "revolución" industrial o de la "asociación universal" bajo el signo de un "objetivo común", testimonian bastante bien por qué el pensamiento sansimoniano ejerce, más allá de su "Iglesia", una influencia fundamental en el pensamiento socialista que se consolida en las décadas posteriores a la muerte de Saint-Simon y que abraza su optimismo científico, su afán internacionalista e industrializador y su confianza en la técnica como medio de cambio social.

De este modo, aunque la adopción plena del concepto de "fraternidad universal" por parte de los librecambistas coincidiendo con la "fase práctica" del sansimonismo sea vapuleada por Karl Marx por considerarla "el encasillado del mundo entero en una *red* de estafa financiera y de endeudamiento recíproco"[205], tanto Marx como Engels reconocen la enorme deuda de su pensamiento con la obra de Saint-Simon, hasta el punto que este último se reapropiará de su idea de la transición hacia la "administración de las cosas" en la célebre frase incluída en su obra "Del socialismo utópico al socialismo científico": "El gobierno de los hombres es sustituido por la administración de las cosas y por la dirección de los procedimientos de producción". También Flora Tristán, feminista y autora del primer manifiesto obrero de ambición internacional, "La unión obrera", apela en él a las mencionadas nociones de red, cuerpo social, religión ("La religión es aliarse") o armonía universal para propugnar la emancipación de la clase obrera:

203 Extraído del artículo del 16 de diciembre de 1831 publicado en *Le Globe* por M. Chevalier, citado en P. Musso, *idem*.

204 M. Chevalier, *Fin du choléra par un coup d´État. Religion saint-simonienne*, citado por P. Tacussel, *Mythologie des formes sociales. Balzac et les saint-simoniens ou le destin de la modernité*, Méridiens Klincksieck, París, 1995, p. 191.

205 Citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 21. (La cursiva es mía).

> Nuestro globo es un gran cuerpo humanitario cuyas vísceras, miembros y principales órganos son las diversas naciones, cuyas arterias, venas, nervios, músculos y hasta las más tenues fibras, son los individuos; todas las partes de este gran cuerpo están tan estrechamente ligadas entre ellas como las distintas partes del cuerpo humano, todas se ayudan mutuamente y beben la vida de la misma fuente.[206]

Igualmente algunas de las ideas que se han citado quedan reflejadas en la constitución misma de la Primera Internacional Obrera en Londres en 1864, siendo los ecos de aquella "asociación universal" claramente perceptibles en sus Estatutos: "Se funda la Asociación para crear un punto central de comunicación y de cooperación entre las sociedades obreras de los diferentes países que tienen los mismos objetivos: la cooperación mutua, el progreso y la completa liberación de la clase obrera"[207].

Más allá de esta vertiente emancipatoria, a la que se dedica el punto 3.1.2 y que aquí se menciona para enfatizar sus influencias sansimonianas, resulta claro el peso de los planteamientos de Saint-Simon en la concepción del que fuera su secretario, Auguste Comte, de la armonía universal en términos religiosos con "el amor como principio, el orden como base y el progreso como fin" (tal y como queda recogido en su "Catecismo positivista"[208]) y de una "física social", reelaboración de aquella "fisiología social" y precedente de la sociología. Mediante esta última, el fundador del positivismo pretende superar la deriva belicista del siglo anterior para organizar una explotación científica a escala internacional de los recursos del planeta.

206 F. Tristan, *Union ouvrière*, (eds. D. Armogathe y J. Grandjone), Des Femmes, París, 1986, p. 243, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 183.

207 Citado en A. Mattelart, *La mundialización de la comunicación,* Paidós, Barcelona, 1998, p. 26.

208 A. Comte, *Catecismo positivista o exposición resumida de la religión universal*, Editora Nacional, Madrid, 1982.

3.1.1.2. La organización científica del trabajo industrial

Una de las derivas más trascendentales que va a tomar en el paso del siglo XIX al XX esta organización positivista de la sociedad, enlazando con el industrialismo promovido por Saint-Simon, va a ser la *organización científica del trabajo industrial*, cuyo pionero es Frederick Winslow Taylor. Este ingeniero norteamericano, que comienza a trabajar en la industria siderúrgica de Philadelphia a los diecinueve años y poco después dirige ya un taller de maquinaria, pronto se sorprende de la ineficiencia, desorganización y lentitud con la que los trabajadores desempeñan sus labores. Igualmente se asombra ante la carencia de directrices de mando claras por parte de la gerencia, que no evalúa las capacidades y la productividad de cada trabajador y no actúa con arreglo a principios lógicos, lo cual provoca continuos enfrentamientos con los obreros y una productividad mucho menor de la que se podría lograr si se basara la organización industrial en el método científico. Ha adquirido celebridad una cita en la que Taylor expresa estas impresiones con toda crudeza y cinismo:

> Este trabajo es de una naturaleza tan primitiva y elemental que el que esto escribe tiene la firme creencia de que sería posible adiestrar a un gorila inteligente para convertirlo en un manipulador de lingotes de hierro ("*pig-iron handler*") más eficiente de lo que cualquier hombre podría llegar a ser.[209]

Para enmendar esto, Taylor comienza a observar minuciosamente cómo cortan los metales los obreros a su cargo y, a partir de aquí, define su proyecto de examinar científicamente el trabajo, considerando las distintas labores simples en que se puede dividir, cronometrándolas, buscando *la* forma más idónea de ejecutarla (contra la multiplicidad de técnicas dispares empleadas hasta entonces por los trabajadores), eliminando las pausas entre tarea y tarea y definiendo

209 F. W. Taylor, *Principles of Scientific Management*, Harper, Nueva York, 1911. La cita (cuya traducción es mía) está extraída de la página *web*: http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/taylor/sciman (última consulta: 28 de agosto de 2006).

estrictamente un salario por pieza elaborada en función del tiempo de producción calculado de antemano para ello (amén de incentivos por incremento de la productividad). De este proyecto, surgen los cuatro principios fundamentales de dirección científica (*scientific management*) de la fábrica que este ingeniero mecánico recoge en su obra "*The Principles of Scientific Management*" y que son los siguientes: En primer lugar, el desarrollo de una ciencia destinada a definir rigurosamente cada elemento del trabajo de una persona; en segundo lugar, la selección científica del trabajador para la tarea requerida y sus posteriores entrenamiento, enseñanza y desarrollo en ese ámbito; un tercer principio consistente en la cooperación entusiasta con los trabajadores para garantizar que la labor que se les asigna la ejecutan con arreglo al método científico; y, finalmente, la división del trabajo entre trabajadores, por un lado, y gerentes, los cuales se encargan de la administración por ser los mejor preparados para ello.

La resonancia de las ideas propuestas por Saint-Simon casi un siglo atrás en su "Catecismo político de los industriales"[210] se percibe claramente en estos dos últimos principios, que retoman aquella idea de la sustitución del "mando" (identificado por el pensador francés con el predominio militar y feudal) por la "dirección industrial", que implica que los trabajadores dejan de ser "súbditos" y pasan a ser considerados como "socios" que se combinan con los "jefes de la industria", líderes de todo el proceso. Junto a ello, tampoco Taylor se conforma con la consideración de la técnica como medio, sino que va mucho más allá asumiendo tempranamente la jerga revolucionaria tecnocráta:

> La dirección científica no es un mecanismo de eficiencia. [...] No es un nuevo sistema de calcular los costes o de pagar a los hombres. [...] No consiste en cronometrar a una persona y anotar cosas sobre ella. [...] No es un estudio del movimiento o de los gestos de los hombres. [...] No es un control dividido del trabajo. [...] No es ninguno de esos mecanismos que se le vienen a la cabeza al hombre medio

210 C. H. Saint-Simon, *Catecismo político de los industriales*, Orbis, Barcelona, 1986.

> cuando se menciona la dirección científica. [...] En este sentido, la dirección científica implica *una completa revolución mental*.[211]

Y, en efecto, en 1918 el taylorismo va a implantarse también en la Rusia recién salida de la revolución soviética. Y ello porque Lenin percibe tempranamente la enorme dificultad que supone para la consecución de una alta productividad industrial el hecho de que la mayor parte de la mano de obra sea de origen campesino y carezca de la mínima formación para las tareas propias de la fábrica. El hombre ruso, según él, es "mal trabajador" en comparación con el obrero de las "naciones avanzadas" y, en consecuencia, se hace necesaria la aplicación de "la última palabra del capitalismo", el taylorismo, para ayudar al obrero ruso a "aprender a trabajar", a amoldarse a las rutinas, los ritmos y, en general, los modos de vida que impone la gran industria. De esta manera, si bien al líder soviético no se le escapa que en este sistema de dirección industrial está presente "la refinada bestialidad de la explotación burguesa"[212], confía en la *neutralidad* que le confiere su marcada naturaleza científica y en su indiscutida eficacia técnica para, una vez purgado de sus *defectos de origen* (esclavización del obrero, interminables jornadas laborales, riesgos para la salud, crecimiento del número y del poder de los capataces), aplicarlo a la organización industrial y, en general, al ordenamiento social soviéticos.

En efecto, Lenin llega a cifrar la posibilidad de realización del sistema socialista en la virtuosa combinación del "poder y la administración soviética con el progreso más reciente del capitalismo"[213]. En esta línea, el dirigente revolucionario propone el disciplinamiento de la movilidad del obrero, la instauración de un salario por unidad producida y el ajuste de aquel a la productividad general de la fábrica,

211 F. W. Taylor, *op. cit.*

212 V. I. Lenin, *Über wissenschaftliche Arbeitsorganisation*. Ed. Dietz, Berlin, 1971. p. 22, citado en H. D. Steffan, "Tres criterios para definir una economía socialista", en *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 8, nº 20, Universidad de Zulia (Venezuela), enero de 2003, p. 130.

213 V. I. Lenin, *Über wissenschaftliche Arbeitsorganisation*, p. 33, citado en H. D. Steffan, *op. cit.*, p. 131.

todo ello sin criticar en ningún momento, como subraya Robert Linhart, "*la liquidación de toda iniciativa técnica obrera* [...] la supresión de toda actividad intelectual del obrero en el curso de su trabajo"[214].

Tal visión tecnócrata de la producción industrial será completamente asumida y desarrollada por intelectuales soviéticos entre los que Armand Mattelart destaca a Alexander Bogdanov. Este científico y escritor viene desde principios de siglo reflexionando en torno a la automatización del trabajo y al papel que las máquinas desempeñarían en la industria, y ya en 1913 había escrito un artículo que, aunque no está exento de crítica, aplaude el taylorismo como el "triunfo de la Razón" y preconiza que su aplicación para organizar todas las dimensiones de la vida social traería consigo la implantación de la "racionalización" socialista. Dicho artículo constituye, de hecho, una de sus primeras aportaciones al empeño que le ocupa hasta 1922, el de la construcción de una ciencia universal de la organización a la que denomina "Tectología", cuya necesidad y cuyo papel defiende en términos muy similares a los empleados por Saint-Simon en el contexto del siglo XVIII:

> por la crueldad de la amenaza que pesa sobre la existencia de las unidades y colectividades, la guerra hace que se recuerde insistentemente la función organizativa y, precisamente por ello, estimula y favorece, inevitablemente, el desarrollo del pensamiento medio tecnológico. [...] Después de la experiencia de la catástrofe, seguirá un periodo de construcción intensa, de tareas positivas, que no serán menos esenciales que las tareas negativas por antonomasia del tiempo de la guerra.[215]

214 R. Linhart, *Lénine, les paysans, Taylor*, Éditions du Seuil, París, 1976, p. 94. (La traducción es mía).

215 A. Bogdanov, "La tectologie: Préface à la première édition de la partie II", en H. Deluy y D. Lecourt (comps.), *La Science, l´Art et la classe ouvrière*, François Maspero, París, 1977, pp. 174-177, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 319.

Ahora bien, quien se encarga en este principio de siglo de llevar los principios de la organización científica del trabajo hasta sus últimas consecuencias es Henry Ford, industrial estadounidense que funda ya en 1903 su compañía automovilística *Ford Company*. En 1908 Ford lanza al mercado su modelo T, un coche sencillo cuyo precio se reduce drásticamente con respecto al de los modelos del resto de fabricantes y le permite dejar de ser un producto exclusivo y entrar en el mercado del consumo masivo. Dicha reducción la consigue mediante la implantación en sus plantas de la fabricación en serie y estandarizada (el denominado *fordismo*), por la que un proceso que hasta ahora se desarrollaba de forma artesanal se descompone en una sucesión de tareas mecánicas que cualquier obrero puede acometer sin apenas necesidad de adiestramiento previo.

De este modo, Ford logra rebajar ampliamente tanto los costes de producción (y ello incluso siendo de los primeros en establecer la jornada laboral de ocho horas), como los de reparaciones (adoptando el sistema de piezas intercambiables que ya empleaban los fabricantes de relojes y de armamento), como los de formación de sus empleados. Estos, además, se ven sometidos a un control creciente al devenir ellos mismos piezas igualmente *intercambiables* de una cadena de montaje que los somete al ritmo de la máquina, a diferencia de lo que ocurría con los anteriores obreros automovilísticos, de los que se hacía complicado prescindir debido a su alta cualificación y que, además, poseían una potente organización sindical. Dicho control, por otra parte, no se circunscribe al ámbito de la fábrica, sino que se extiende a la vida privada de los obreros, la cual es vigilada por el "Departamento de Sociología" creado en marzo de 1913, el cual *asesora* a los trabajadores en materia de costumbres (persiguiendo, por ejemplo, el consumo de alcohol y el juego), hábitos sexuales, estructuración *familiar* o condiciones de la vivienda, elaborando informes de *buena conducta* que determinarán si pueden acceder al salario completo y demás ventajas laborales. Del alcance de la amenaza que tal sistema de vigilancia comporta advertirá en 1929 el pensador marxista Antonio Gramsci en su obra "Americanismo y fordismo":

> En América, la racionalización y el prohibicionismo están indudablemente conectados: las investigaciones de los industriales sobre la vida íntima de los obreros, el servicio de inspección creado por algunos industriales para controlar la "moralidad" de los obreros, son necesidades del nuevo método de trabajo. Reírse de estas iniciativas (aunque hayan fracasado) y ver en ellas sólo una manifestación hipócrita de "puritanismo" es negarse a comprender la importancia, el significado y el alcance objetivo del fenómeno norteamericano, que constituye el mayor esfuezo colectivo existente hasta ahora para crear [...] un nuevo tipo de trabajador *y de hombre*.[216]

3.1.1.3. La "guerra fría" y ARPA

Pocos años después, no obstante, y como adelantaba Bogdanov, el desarrollo tecnológico va a verse de nuevo profundamente marcado por los conflictos bélicos, con las dos contiendas mundiales y la llamada "guerra fría" que se instaura entre EE.UU. y la Unión Soviética tras el fin de la Segunda Guerra Mundial. Esta tendencia va a determinar que aquellas fuerzas que, según Saint-Simon, habían "cambiado de manos" en el siglo XIX, para pasar a ser dominadas por la alianza entre industriales y sabios, vuelvan en buena medida a estar al servicio de la lógica de los militares. En las siguientes líneas trato de aportar algunos datos al respecto centrados en la situación de EE.UU.

Es generalmente admitido que un momento clave que contribuye a poner en órbita en esta nación el vertiginoso proceso de investigación militar mediante el cual se llega ulteriormente a la construcción del ordenador personal y de la red de Internet es el lanzamiento del primer satélite "Sputnik" soviético (a bordo del vehículo de lanzamiento R-7, construido para su uso con misiles balísticos) el 4 de octubre de 1957. A partir de este momento, en efecto, la cúpula militar estadounidense toma clara conciencia de que la guerra se está desplazando más allá de los límites del planeta y de que, como afirmó

216 A. Gramsci, "Americanismo e Fordismo", en A. Gramsci, *Quaderni del Carcere*, *III*, Einaudi Editore, Turín, 1975, pp. 330. (La traducción y la cursiva son mías).

Lyndon B. Johnson en una carta enviada al presidente John Fitzgerald Kennedy el 28 de abril de 1961: "A los ojos del mundo, ser el primero en el espacio significa ser *el primero*; ser segundo en el espacio es serlo en todo". A todo esto viene a sumarse la intervención directa de EE.UU. en la guerra de Vietnam a partir de 1964, si bien venía tomando parte en ella desde varios años antes.

Todo esto lleva al Departamento de Defensa de EE.UU. a volcarse en la financiación de ambiciosos proyectos de investigación a través de la creación de diferentes agencias como la *National Aeronautics and Space Administration* (NASA) o la *Advanced Research Project Agency* (ARPA), que es la que nos interesa en este apartado. Sobre esta agencia recae el peso de impulsar un proyecto que venía diseñando desde principios de la década de los sesenta Paul Baran, de la *Rand Corporation*, a petición de la Fuerza Aérea de EE.UU. y que culminaría con su informe de 1962 titulado "*On Distributed Communications Networks*" ("Sobre Redes de Comunicación Distribuida")[217]. En dicho proyecto, este joven ingeniero contempla la implementación de una compleja arquitectura de redes de computadoras descentralizadas basada en la conmutación de paquetes que permitiera que las comunicaciones militares estadounidenses fueran invulnerables a un hipotético ataque nuclear soviético, al permitir que, ante la destrucción de unas máquinas, el mensaje descompuesto pudiera circular por multitud de rutas alternativas hasta recomponerse en cualquiera de los nodos de la red.

De este modo, el hasta entonces tímido desarrollo de los ordenadores (cuya única aplicación militar hasta el momento consistía en la interconexión por computadora de todos los radares de Norteamérica en el sistema SAGE, que permitía la detección e intercepción de posibles ataques aéreos) se ve promovido por una amplísima financiación militar, además de beneficiarse en gran medida de los extraordinarios avances de

217 P. Baran, "On Distributed Communications Networks", vols. I-XI, RAND Corporation Research Documents, California, agosto de 1964. Disponible en: http://www.rand.org/pubs/research_memoranda/RM342 (última consulta: 30 de agosto de 2006)

la microelectrónica. Este sector, en efecto, experimenta un auténtico *boom* a partir de los años sesenta, impulsado en gran parte por la exigencia de miniaturización de los circuitos para ser insertados en misiles balísticos capaces de apuntar a la URSS[218], hasta que finalmente en 1971 se crea el primer microprocesador, que permite colocar un ordenador completo en un solo chip. De aquí a la creación del primer miniordenador por parte de la empresa de MITS de Ed Robert (el Altair, que toma su nombre de la serie televisiva "*Star Trek*") sólo pasan cuatro años. Igualmente vertiginoso resulta el desarrollo de las telecomunicaciones por la combinación de las tecnologías de conmutación digital (hasta llegar al *Transmission Control Protocol/Interconnection Protocol* -TCP/IP- que sustituye el 1 de enero de 1983 al anterior NCP y marca el inicio de la red de Internet) y de transmisión, a través de los diferentes empleos del espectro de radiofrecuencia y de los avances en optoelectrónica.[219]

En este sentido, dos de los proyectos clave a los que la agencia ARPA va a dirigir sus esfuerzos a partir de la década de los sesenta se concentran en el *Stanford Research Institute* (SRI), fundado tras la Segunda Guerra Mundial en Menlo Park (California) y situado en las inmediaciones de la Universidad de Stanford, con la que tiene un acuerdo de colaboración en investigación y desarrollo. Uno de ellos es el proyecto desarrollado bajo la dirección de Douglas Engelbart en el *Augmentated Human Intellect Research Center* (Centro de Investigación del Intelecto Humano Aumentado) y el otro es el proyecto de investigación sobre Inteligencia Artificial (IA) impulsado por John McCarthy en el *Stanford Artificial Intelligence Laboratory* (SAIL). Pese a que estas dos líneas de trabajo están financiadas por la misma agencia

218 Este decidido impulso militar hacia la miniaturización electrónica se encuentra ya explícitamente en la ponencia "Shrinking the Giant Brain for the Space Age" ("Encogiendo el Cerebro Gigante para la Era Espacial"), presentada por Jack J. Staller, del Departamento de Guía de Misiles de ARMA Corporation el 30 de junio de 1959 en el marco de la Tercera Convención Nacional sobre Electrónica Militar celebrada en Washington D.C.

219 Un interesante resumen de este *boom* tecnológico lo elabora Manuel Castells en: M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, Alianza, Madrid, 1997, pp. 67-73.

para un aprovechamiento militar y pese a que los intercambios entre ellas son bastante fluidos, no ha de pasarse por alto el tremendo cisma *filosófico* que existe entre ellas y que es identificable ya desde su denominación: Mientras que Douglas Engelbart persigue extender las capacidades intelectuales de las personas para dotarlas de mayor poder (ese intraducible *empowerment* inglés), el SAIL aspira a algo sensiblemente opuesto, esto es, a *reemplazar* la inteligencia humana por máquinas.

No en vano una de las fuentes de inspiración decisivas para el proyecto de Engelbart proviene de la lectura en 1945 de un artículo en el que Vannevar Bush, director de la Oficina Científica de Investigación y Desarrollo del Pentágono, refleja su previsión de una máquina, a la que denomina Memex, que define así: "un dispositivo en el que un individuo almacena todos sus libros, discos y comunicaciones, y que es mecanizado de modo que pueda ser consultado con una velocidad y flexibilidad extraordinarias. Se trata de un extenso suplemento íntimo a su memoria"[220]. A partir de entonces Engelbart se propone conseguir la financiación y el apoyo institucionales necesarios para la creación de tal dispositivo. De este modo, tras una breve colaboración en otros proyectos del SRI, a partir de 1960 este joven ingeniero eléctrico comienza a recibir financiación de la Oficina de Investigación Científica de las Fuerzas Aéreas, del Centro de Investigación Langley (por mediación de Robert Taylor, el joven director de programas de la NASA) y del propio SRI para esbozar su proyecto de implementación de aquel Memex.

En estos primeros borradores, el investigador de Oregón pone tempranamente de manifiesto su heterodoxia (apuntando, en este sentido, a su emplazamiento más bien en la matriz del apartado 3.1.2) al recalcar desde el inicio la idea de la *interactividad* entre la máquina y el hombre. En efecto, Engelbart realiza un empleo intencionado del

220 V. Bush, "As We May Think", en *The Atlantic Monthly*, julio de 1945. Cita extraída de la página *web* de dicha revista: http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush (última consulta: 30 de agosto de 2006).

singular para anticipar su objetivo de que el control de la manipulación de la información recaiga en la persona y esté basada en sus propios propósitos. Ello supone un auténtico desafío a la corriente dominante en el incipiente ámbito informático de la época, que circunscribía el manejo de computadores exclusivamente a grupos de expertos y que apostaba por máquinas que pensaran y actuaran de forma independiente al ser humano. En este sentido, el ingeniero estadounidense escribe en 1961: "Asegurémonos de que nuestro concepto del problema de la interfaz hombre-máquina no se reduce a las grandes instalaciones y a la programación formal. El problema de la interfaz [...] requería adaptar los controles para *ajustarlos a las capacidades humanas*"[221]. Ahora bien, será en su informe de 1962 donde se verá nítidamente que el propósito que guía su empeño no es el de un mundo dominado por la máquina, sino otro muy distinto en que esta sea contemplada más allá de su función de computación numérica y se ponga a disposición del hombre como su "empleada":

> Consideremos cómo trabajaría un arquitecto "aumentado": Él se sienta en una estación de trabajo que posee una pantalla de visualización [...] Esta es su superficie de trabajo, la cual es controlada por una computadora (su "empleada") con la que se puede comunicar mediante un pequeño teclado y otros varios dispositivos. [...] Cualquier persona que emplea conceptos simbólicos en su pensamiento [...] debería poder beneficiarse de esto de forma significativa. [222]

Finalmente la tenacidad de Engelbart le permite acceder a

221 Cita de un borrador redactado en 1961 por Douglas Engelbart, extraída de J. Markoff, *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*, Penguin Books, Nueva York, 2005, p. 43. (La traducción y la cursiva son mías).

222 D. Engelbart, "Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework" (informe preparado para el Director de Ciencias de Información de la Oficina de Investigación Científica de las Fuerzas Aéreas), octubre de 1962, pp. 5-6. Consultado en: http://www.bootstrap.org/augdocs/friedewald030402/augmentinghumanintellect/ahi62index.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

partir de 1962 a una amplia financiación por parte de ARPA, gracias a la remisión que Taylor realiza de su proyecto a J.C.R. Licklider, recientemente designado director de la Oficina de Tecnología de Procesamiento de Información de la mencionada agencia, donde este ambiciona poder desarrollar los planteamientos (similares a los de Engelbart) que había esbozado en 1960 en su artículo "*Man-Computer Symbiosis*"[223]. De este modo, el ingeniero de Oregón contará al fin con suficiente apoyo para construir su versión del Memex, no sin tener que lidiar para ello con numerosas presiones y condicionamientos por parte de sus patrocinadores militares, además de la dificultad inherente a un proyecto totalmente pionero en muchos aspectos.

Su único aliado fiel será siempre Robert Taylor, quien en 1966 pasa a dirigir la citada Oficina de ARPA, inyectando al siguiente año una elevada suma de dinero al centro de investigación de Engelbart y bendiciendo la presentación pública del proyecto *Augment* el 9 de diciembre de 1968 en la más importante conferencia anual sobre computadoras del momento, la *Fall Joint Computer Conference* de San Francisco. De esta forma, el ingeniero lleva a cabo una demostración de casi una hora y media de su *oNLine System* (NLS), para la que se sirve de un enorme proyector de video que muestra sobre la pantalla de la sala la combinación de imágenes que surgen de la pantalla de visualización de la computadora donde Engelbart manipula textos, gráficos y video, de una cámara de video que sigue sus movimientos con el ratón y el teclado y de otra que conecta con el centro en Menlo Park, desde donde Jeff Rulifson y Bill Paxton, dos jóvenes programadores de su laboratorio, completan en directo la exposición de su director con pruebas técnicas y explicaciones teóricas[224]. Por si esto fuera poco, Engelbart concluye su

223 J.C.R. Licklider, "Man-Computer Symbiosis", *IRE Transactions on Human Factors in Electronics*, volumen HFE-1, marzo de 1961, pp. 4-11.
Disponible en:
http://groups.csail.mit.edu/medg/people/psz/Licklider.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

224 La grabación de esta demostración puede visionarse a través de la página: http://video.google.com/videoplay?docid=-8734787622017763097&q=engelbart (última consulta: 30 de agosto de 2006).

intervención anunciando que en un año podría reproducirla remotamente en forma de *videoconferencia* a través de la incipiente red de computadoras ARPANET[225]. En el asombro que invade a los miles de asistentes a la conferencia lee el periodista John Markoff dos trascendentales desplazamientos que la convierten en "una experiencia religiosa" para muchos ingenieros informáticos futuros:

> Primero, la computadora había dado el salto del mero cálculo numérico (*number crunching*) a convertirse en una herramienta de comunicación y de recuperación de información. Segundo, ¡la máquina estaba siendo usada interactivamente y todos sus recursos parecían estar consagrados a un solo individuo! La informática verdaderamente personal había sido contemplada por vez primera.[226]

Será a finales de la década cuando Taylor demuestra su total respaldo a Engelbart al designar al *Augmentated Human Intellect Research Center* como uno de los dos primeros nodos que compondrán la emergente ARPANET, a la que Licklider denomina la "red intergaláctica de computadoras". Ello supone un reconocimiento a la mente visionaria de Engelbart, quien ya desde su informe de 1962 concebía su "Máquina de los sueños" no como un dispositivo aislado destinado a un individuo, sino como conectada a una comunidad de usuarios. Dicha red ARPANET crecerá intensamente en los siguientes años pese a las abundantes dificultades técnicas que encuentra, hasta contar en 1983 con 4.000 servidores situados en diversos puntos del mundo y conectados a esta red[227]. Ello provocará un gran impacto entre la comunidad científica que tiene acceso a ella, como testimonia este curioso ripio compuesto en su honor por el célebre inventor del protocolo TCP/IP, Vinton G. Cerf:

225 J. Markoff, *op. cit.* , pp. 148-152.

226 *Ibid.*, p. 149.

227 A. McKenzie y D. Walden, "ARPANET, the Defense Data Network and Internet", en F.E. Froehlich, A. Kent, C.M. Hall (eds.), *The Froehlich/Kent Encyclopedia of Telecommunications*, vol. 1, Marcel Dekker, Inc., New York, 1990, pp. 341-376.

Like distant islands sundered by the sea,
We had no sense of one community.
We lived and worked apart and rarely knew
That others searched with us for knowledge, too.

Distant ARPA spurred us in our quest
And for our part we worked and put to test
New thoughts and theories of computing art;
We deemed it science not, but made a start.

Each time a new machine was built and sold,
We'd add it to our list of needs and told
Our source of funds "Alas! Our knowledge loom
Will halt 'til it's in our computer room".

But, could these new resources not be shared?
Let links be built; machines and men be paired!
Let distance be no barrier! They set
That goal: design and build the ARPANET![228]

Por lo que concierne al proyecto de Inteligencia Artificial del SRI, este surge de la mano del matemático John McCarthy, quien, de hecho, llega a Stanford precedido por la fama que le concede el haber acuñado la propia expresión "inteligencia artificial" en la convocatoria de la primera conferencia sobre modelado de inteligencia por ordenador

228 Vinton G. Cerf, "Requiem for the ARPANET", publicado en T. LaQuey, *Users' Directory of Computer Networks* Digital Press, Bedford (Massachusetts), 1990, pp. 202-204.
Mi pobre traducción de estos versos es la siguiente: "Cual islas distantes separadas por el mar, / carecíamos de un sentido de comunidad / apartados vivíamos y trabajábamos sin ver / que otros con nosotros también perseguían el saber / La distante ARPA espoleó nuestra investigación / Y trabajamos y sometimos a comprobación / del arte de computar nuevas ideas y teorías; / iniciando así lo que no era una ciencia todavía / Y en cuanto una nueva máquina al mercado aparecía / pasaba a la lista de necesidades y se decía / a nuestro mecenas: `Sin ella en la sala de ordenadores / no podrán producir más conocimiento estos tejedores´. / Mas, ¿podrían estos nuevos recursos no ser compartidos? / Construyamos enlaces; ¡queden máquinas y hombres unidos! / ¡Que la distancia no sea una barrera! Ellos marcan / como finalidad: ¡diseñar y construir la red ARPA!"

que él mismo había organizado en Darmouth en el verano de 1956[229]. En 1964 este científico completa su proyecto de investigación y consigue el apoyo financiero de Ivan Sutherland (sucesor de Licklider al frente de ARPA) para el SAIL que había fundado el año anterior en el mismo SRI donde trabajan Engelbart y su equipo. El periodo que transcurre desde este momento hasta 1969 supone un vertiginoso avance en este terreno que ha hecho que se lo denomine "la edad de oro" de la IA, con hallazgos rápidamente difundidos a la comunidad científica y contrastados en visión, robótica, comprensión lingüística y reconocimiento del habla. Dichos hallazgos emanan del citado SAIL y también de su rival científico, el proyecto *Machine Aided Cognition* (Conocimiento Ayudado por Máquinas, MAC), que el propio McCarthy había contribuido a crear en el seno del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y que desde 1963 también es financiado por ARPA.

Entre las numerosas aportaciones de este SAIL pueden destacarse la implementación de un sistema para contactar con computadores situadas en puntos distantes del globo mediante conexión telefónica y del primer programa informático de noticias llamado *News Service*, que permite conectarse directamente a canales de noticias (*newswires*), buscar información a partir de palabras clave o incluso dar instrucciones para que se archiven todas las noticias relacionadas con los intereses del usuario[230]. De este modo, aunque McCarthy se muestra escéptico ante la idea del ordenador personal, en 1970 da una conferencia en Burdeos en la que se pronuncia sobre el futuro de las computadoras en términos que anticipan lo que será la *World Wide Web*, al describir la próxima disponibilidad de terminales compuestas por un teclado y una pantalla donde se mostrarían gráficos y texto, así como la

229 J. McCarthy, M. L. Minsky, N. Rochester and C. E. Shannon, "A Proposal for the Darmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence", 31 de agosto de 1955. Disponible en: http://www-formal.stanford.edu/jmc/history/dartmouth/dartmouth.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

230 Datos extraídos del propio relato autobiográfico elaborado en 1991 por miembros de SAIL, "Take me, I´m yours. The autobiography of SAIL". Consultado en: http://www-db.stanford.edu/pub/voy/museum/pictures/AIlab/SailFarewell.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

posibilidad de que dichas terminales estuvieran conectadas por vía telefónica a una máquina que albergara toda la información que el usuario pudiera requerir (libros, revistas, información pública, archivos privados, etc.)[231]. En cualquier caso, en 1971 su trabajo en SAIL le hace merecedor del Premio Turing (considerado como el Nobel de la informática), que otorga la Asociación para la Maquinaria de Computadoras a aquellos que han realizado una aportación fundamental a las ciencias computacionales.

Son destacables, junto a todo ello, las interesantes aportaciones que realizan dos jóvenes *hackers*[232] del SAIL, cuyo impacto actual es innegable. En primer lugar, me refiero a Stephen Russell quien, junto con sus colegas del MIT, programa entre 1961 y 1962 el primer videojuego de la historia, el "*Spacewar*", en el que dos naves espaciales diseñadas en dos dimensiones se mueven y se disparan proyectiles sobre un fondo negro con estrellas[233]. Ahora bien, junto al hecho de ser pionero, lo más interesante de este juego es que desencadena un ola de mejoras y recreaciones sucesivas (efectos de gravitación, sofisticación de

231 J. McCarthy, "The Home Information Terminal-A 1970 View", en *Man and Computer*, Actas de la Primera Conferencia Internacional sobre Hombre y Computadora de Burdeos, M. Marois, Burdeos, 1970, pp. 48-57.

232 Adopto aquí la definición de "*hacker*" que hace uno de sus más insignes representantes, Richard Stallman, fundador de la *Free Software Foundation*: "Resulta difícil dar con una definición sencilla de algo tan variado como es el *hacking*, pero creo que lo que la mayor parte de los *hackers* tienen en común es la pasión lúdica, la inteligencia y la voluntad de exploración. Podemos decir que el *hacking* significa explorar los límites de lo posible con un espíritu de sagacidad imaginativa. Cualquier actividad en la que se despliegue esta sagacidad tiene `valor´ para el *hacker*. [...] Puedes ayudar a subsanar este malentendido haciendo una simple distinción entre la intromisión en la seguridad de un sistema y las actividades de *hacking*, empleando el término *cracking* para la primera. Quienes se dedican a esto se denominan *crackers*. Es posible que un *cracker* sea también *hacker*, o ajedrecista, o golfista; pero la mayoría no lo son".
Definición tomada de: R. Stallman, "El proyecto GNU", en *Software libre para una sociedad libre*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004, p. 20.

233 J. M. Graetz, "The Origin of Spacewar", en *Creative Computing*, Nueva Jersey, 1981. Disponible en:
http://www.wheels.org/spacewar/creative/SpacewarOrigin.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

los proyectiles, luminosidad de las estrellas, etc.), en lo que supone una temprana muestra de lo que supone un ejercicio de colaboración según los modos del *hacking*. Una década después, otro de los programadores del SAIL, Bill Pitts, diseña junto a unos amigos la primera versión comercial del videojuego, llamada "*Galaxy Game*", y la instala en la cafetería del Tresidder Union de Stanford. A los pocos meses Nolan Bushnell, un joven empresario a cuyas manos había llegado el "*Spacewar*" durante sus estudios en la Universidad de Utah, saca al mercado junto con su socio Ted Dabney "*Computer Space*", otro videojuego de batallas espaciales que, pese a su fracaso de ventas, marca el inicio de la carrera de la compañía pionera de juegos electrónicos comerciales, Atari[234].

En cuanto al segundo *hacker*, se trata de Whitfield Diffie, quien después de la conferencia de Burdeos interroga a McCarthy acerca de cómo se firmaría en un mundo conectado electrónicamente, con lo cual pone sobre la mesa un debate que hoy resulta absolutamente decisivo, el de la privacidad y la seguridad de las transacciones virtuales. Esta cuestión obsesiona a Diffie durante los siguientes años, en los que, junto con Martin Hellman y Ralph Merkle, pone los cimientos de lo que hoy conocemos como *firma electrónica* y *criptografía de clave pública*, elementos imprescindibles para la autentificación y la confianza necesarias en cualesquiera intercambios realizados a través de Internet, incluyendo, por supuesto, el emergente *comercio electrónico*.

En cualquier caso, la influencia del SAIL sobre el posterior nacimiento y desarrollo de la industria de los ordenadores personales será decisiva. Y ello comenzando por el papel del propio Robert Taylor, quien, tras dejar el Departamento de Defensa y trabajar un año en la Universidad de Utah, acepta la ambiciosa propuesta de la compañía Xerox, que, en su afán por competir con IBM en el mercado de los ordenadores de oficina, le propone reunir a los mejores programadores del país para lanzar un centro de investigación en el nuevo parque industrial de Stanford. Dicha propuesta casa perfectamente con la visión de Taylor del potencial comercial que tendría el NLS de Engelbart si se

234 J. Markoff, *op. cit.*, pp. 86-87

lo rediseñara para lanzarlo al mercado, con lo que el ex-director de ARPA acepta tomar las riendas del que será el célebre *Xerox Palo Alto Research Center* (conocido como PARC), para el que contratará a algunos de los más brillantes programadores del SAIL, así como del declinante *Augmentation Research Center* de Engelbart. De esta conjunción de científicos informáticos nace en 1972 el que se considera el primer prototipo de ordenador personal, el Alto, además de otros elementos hoy imprescindibles en cualquier equipo informático, como el ratón (a partir del rudimentario diseño en una caja de madera con ruedas creado por el grupo de Engelbart) o la interfaz gráfica de usuario (GUI).

Finalmente, de entre los programadores del SAIL surgirá a finales de los setenta y principios de los ochenta una ola de creación de empresas tecnológicas entre las que destacan Sun Mycrosystems, Cisco Systems o Vicarm, amén de otras importantes compañías que se benefician indirectamente de las innovaciones de aquel laboratorio, como Lucasfilms o Intel[235]. Por lo que respecta a la empresa Apple, que lanza en 1977 su propio prototipo de ordenador personal (el Apple I), sus dos principales creadores, Steve Jobs y Stephen Wozniak, reconocen la influencia que en su juventud ejerció el contacto directo con el SAIL (que no quedaba lejos de sus casas). Además, estos dos empresarios trabajan también posteriormente con el PARC en el desarrollo de la GUI, de cuyo trabajo toman la inspiración para lanzar en 1984 su ordenador personal Macintosh, que incorpora ya dicha interfaz y el ratón (en sustitución de la línea de comandos) y alcanza un importante éxito comercial. Posteriormente lanzará su propia GUI (en el sistema operativo *Windows*) uno de los gigantes informáticos actuales, Microsoft, que Bill Gates y Paul Allen fundan en 1976 tras el éxito de su implementación del *software* BASIC en el Altair de Ed Roberts y que crece como la espuma a partir de su acuerdo con IBM, que les encarga el diseño del sistema operativo para su *Personal Computer* (PC)[236], el

235 *Ibid.*, p. 92.

236 Este sistema operativo es el MS-DOS (*MicroSoft Disk-Operating System*), nombre con el que es rebautizado el sistema Q-DOS (*Quick and Dirty Operating System*, "Sistema operativo rápido y sucio", literalmente) que los dueños de *Microsoft* compran por 50.000 dólares a la *Seatlle Computer Products* al verse incapaces de

prototipo de ordenador personal que IBM lanza en agosto de 1981 para competir en este mercado.

En este sentido, se puede concluir que uno de los signos históricos que evidencian cómo la investigación tecnológica militar se trasvasa en gran medida al mundo de los negocios a partir de los años ochenta es precisamente el proceso judicial por infracción de *copyright* que *Apple* emprende en 1988 contra *Microsoft* y *Hewlett-Packard*, acusándolas de haber plagiado la GUI de *Macintosh* en las versiones 2.0 y 3.0 de *Windows* y en el sistema operativo *NewWave*, respectivamente[237], y que finalmente pierde. Y, por si fuera poco, a esta primera batalla judicial titánica en el ámbito del *software* se incorpora la propia *Xerox*, que demanda a su vez a *Apple* por infringir el *copyright* de la GUI del Alto en su sistema operativo *Macintosh*, en lo que se consideró en su momento una estrategia legal preventiva para recoger los beneficios que se derivaran de una hipotética sentencia judicial reconociendo el *copyright* de determinados aspectos de la GUI diseñados previamente en el PARC. Finalmente, el caso no va a más puesto que el oportunismo de esta compañía choca contra la decisión judicial de desestimar la demanda porque los hechos habían prescrito hacía varios años. Sea como fuere, *la caja de Pandora* de la industria de la informática personal queda así abierta.

3.1.1.4. La diplomacia de las redes

No obstante, todos estos costosísimos programas de investigación militar no sólo van a contribuir al *boom* de la industria informática y de telecomunicaciones, sino que modelan los más modernos conceptos e instrumentos de la estrategia militar del siglo XX, los cuales, por supuesto, van a estar marcados por la red, con nociones como *diplomacia de las redes* y *netwar*, que Mattelart analiza en su obra "Historia de la sociedad de la información". La primera de ellas surge de las reflexiones de Zbigniew Brzezinski, a quien el presidente

cumplir el encargo de IBM.

237 Ver: http://home.earthlink.net/~mjohnsen/Technology/Lawsuits/appvsms.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

estadounidense James Carter nombra en 1977 asesor en materia de Seguridad Nacional. La tesis principal de este estadista polaco es que EE.UU. se ha convertido en una superpotencia global en un mundo de complejas interconexiones en el que la "diplomacia de la cañonera" es ineficaz y obsoleta y ha de ser reemplazada por la nueva diplomacia de las redes, la cual implica, como señala Paul Virilio, "una disuasión por medio de la informática, el saber y el conocimiento"[238]. En los años noventa, estas ideas de Brzezinski calan profundamente entre algunos estrategas militares, que se basan en ella, así como en los avances tecnológicos que provienen de la investigación militar referida, para defender que EE.UU. ha de ejercer sobre el mundo lo que denominan "*soft power*":

> El saber, más que nunca, es poder. El único país que está en disposición de llevar a cabo la revolución de la información es Estados Unidos. Fuerza multiplicadora de la diplomacia norteamericana, el eje de las tecnologías de la información fundamenta el *soft power*, *la seducción ejercida por la democracia americana y los mercados libres*. [239]

En cuanto al concepto de *netwar*, comienza a aplicarse también en la década de los noventa para designar las amenazas que representan para los gobiernos aquellos *agentes no estatales* (denominación que abarca desde los movimientos sociales a cárteles de narcotráfico u organizaciones armadas, como subraya Matellart) que, de alguna manera, trasladan al nuevo espacio geopolítico de las redes la lógica de la guerra de guerrillas. Especialmente significativa, a este respecto, supone para estos estrategas militares la táctica comunicativa empleada por los rebeldes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), incluída la adopción como portavoz de la figura encapuchada del Subcomandante Marcos[240]. Estos neozapatistas, en efecto, lanzan al poco

238 P. Virilio, *El cibermundo. La política de lo peor*, Cátedra, Madrid, 1997, p. 101.

239 J. S. Nye y W. A. Owen, "America´s Information Edge", en *Foreign Affairs*, vol. 75, nº 2, 1996, p. 20, citado en A. Mattelart, *Historia de la sociedad de la información*, p. 136. (La cursiva es mía).

240 A este respecto, pueden consultarse estudios como este que el Pentágono encarga a la Rand Corporation: D. Ronfeldt, J. Arquilla, G. Fuller y M. Fuller, *The Zapatista*

de su levantamiento armado de 1994 una amplia campaña informativa a través de Internet, apoyada desde organizaciones radicadas en México, EE.UU. y Canadá, con la que se granjean una multitudinaria solidaridad internacional que evita que el Ejército mexicano los liquide y se convierten en lo que Manuel Castells ha dado en definir como la "primera guerrilla informacional"[241].

3.1.1.5. Crítica a la "ideología de la red": Pierre Musso

Antes de finalizar el recorrido que se ha emprendido en este punto, estimo interesante concluir repasando sucintamente la crítica general que Musso elabora de la "ideología de la red" que, según él, surge tras el trasvase del concepto de red a lo social y político y su maduración en este ámbito por parte de Saint-Simon. Tal crítica comienza por constatar que actualmente "la noción de `red´ es omnipresente, y llega a ser omnipotente, en todas las disciplinas"[242], hasta el punto de devenir "una especie de comodín ideológico"[243]. Ante ello, Musso se propone revisar en un primer momento los principales estudios que, eminentemente desde la filosofía, se han realizado acerca de este concepto (por parte de autores como Michel Serres, Anne Cauquelin, Henri Atlan y Daniel Parocchia), para, a continuación, ofrecer su propia caracterización de él: "La red es una estructura de interconexión inestable, compuesta de elementos en interacción y cuya variabilidad obedece a cierta regla de funcionamiento"[244]. Establecido esto, el filósofo y profesor de Rennes subraya los tres niveles de significación que contempla su definición, a saber:

-En primer lugar, en lo que denomina su "*être-là*", la red

Social Netwar in Mexico, Rand Corporation, Santa Mónica (California), 1998. Disponible en: http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR994/index.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

241 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, Alianza, Madrid, 1999, p. 95.

242 P. Musso, *op. cit.*, p. 35.

243 *Ibid.*, p. 43.

244 *Ibid.*, p. 42.

constituye una estructura de elementos que interactúan (los "vértices" -"*sommets*"- o "nodos") que se hallan unidos entre sí mediante "caminos" o "enlaces".

-Por lo que respecta a su "dinámica", la red es una estructura de interconexión inestable en el tiempo, por lo que tanto su génesis como su transición a una red más compleja aparecen como consustanciales a esta definición: "Ya consideremos el desarrollo de un elemento en un todo-red o de una red en una red de redes, se trata siempre de pensar un aumento de la complejidad ("*complexification*") autoengendrada por la estructura de la red"[245].

-En tercer lugar, y refiriéndose a su relación con un sistema complejo, se supone que la variabilidad de la estructura reticular responde a una norma que explica el funcionamiento del sistema así estructurado. La red sería, así, "una estructura escondida cuya dinámica explica el funcionamiento del sistema visible"[246].

A partir de esta delimitación, Musso emprende un recorrido "a contracorriente" con el que reconstruye el camino que lleva del pensamiento de Saint-Simon a su culto por parte del movimiento sansimoniano y de ahí a su influencia en el imaginario contemporáneo de las telecomunicaciones, pasando previamente por la aparición y regulación de otros aparatos técnicos (telégrafo, teléfono, etc.). La conclusión primaria que extrae de este trayecto intelectual es la plena vigencia de la matriz sansimoniana en el periodo que va desde el siglo XIX al final del milenio con su anuncio del advenimiento de la "sociedad de la información". Ahora bien, inseparable de esta vigencia es la constatación de que sobre el concepto de red se cierne la degradación y el fetichismo que, convirtiéndolo en "precepto", a la vez que lo devalúan teóricamente lo valorizan comercialmente (a lo que se une la inflación de las metáforas que parten de él en muy diversas disciplinas): "La intimidad de la red técnica de comunicación y de la red social es tal que se incurre fácilmente en su confusión: toda innovación técnica es como

245 *Idem*.
246 *Ibid.*, p. 43.

el anuncio de una revolución social"[247].

Especialmente reseñable en este sentido es para Musso el Informe Nora-Minc de 1978, en el que sus dos autores postulan nítidamente la llegada de una revolución "telemática", neologismo surgido de la "convergencia" de las tecnologías de telecomunicaciones e informática. Según este informe, encargado por el presidente francés Giscard d´Estaing, dicha revolución habrá de permitir la conformación de una "sociedad de la información", en lo que constituye uno de los más nítidos (e influyentes) trasvases al siglo XX de la matriz referida de la "creencia redentora en la comunicación/máquina/progreso" surgida a mediados del siglo XIX. Dicha sociedad de la información posibilitará, para estos analistas, la superación tanto de la crisis de crecimiento de la economía capitalista (que se había mostrado con toda su crudeza con la crisis petrolífera de 1973 y 1974), como del resquebrajamiento del consenso y de los problemas de gobernabilidad que asolan a las principales naciones occidentales. La apelación al concepto de red es clave en esta visión tecnológica determinista sobre la estructura social:

> La telemática no constituirá una red más, sino una de naturaleza diferente, que pone en juego imágenes, sonidos y recuerdos: ella transformará nuestro modelo cultural. [...] La Administración en Francia desempeña más que nunca un rol de motor y ejerce una función de ejemplo. La instalación de las redes puede fijar por décadas las estructuras del poder político, sin que este sea consciente de ello. Hace falta dotarse de los medios para prever este porvenir y para controlarlo.[248]

En este discurso lee Musso el eco claro de los planteamientos de los ingenieros de la Iglesia sansimoniona, detectando cómo es de nuevo la red técnica la señalada como impulsora del cambio social y proveedora de las claves que permiten comprender y superar la crisis del

247 *Ibid.*, p. 377.

248 S. Nora y A. Minc, *L´informatisation de la société*, La Documentation française et Le Seuil (colección "Politique-Points"), París, 1978, pp. 12-13. (La traducción es mía).

presente, no mediante un análisis de sus causas, sino a través de la promesa del porvenir. Y la construcción de este, por supuesto, quedará en manos de una nueva *élite*, los ingenieros de telecomunicaciones, quienes adquieren *ipso facto* el estatus de *hommes politiques*, que antaño reivindicara Michel Chevalier para industriales, banqueros y para los mismos ingenieros. Eso sí, esta apelación a la "revolución telemática" de finales del siglo XX va a prescindir de aquella referencia al "*coup d´État*" de la que se valiera Chevalier en el siglo anterior.

Del examen pormenorizado de algunos de los más destacables trabajos de dichos técnicos aparecidos tras el Informe Nora-Minc, Musso extrae tres categorías sintéticas con las que los clasifica: Por una parte, distingue a los "*ingenieros-prospectivistas*", consagrados a construir una imagen del porvenir a través de la anticipación de los usos sociales que se efectuarán de las técnicas futuras; por otro lado, encontramos a los "*ingenieros-sociólogos*", que analizan las mutaciones de las estructuras sociales provocadas por la evolución de las redes técnicas, trazando el paso de la sociedad existente a la futura; y, finalmente, distingue a los "*ingenieros-economistas*", que indagan en las redes de telecomunicaciones desde un punto de vista orgánico para delimitar científicamente su modo de explotación y desregulación, llegando al extremo de afirmar que "la red es idéntica al mercado"[249].

La *liberalización* de las comunicaciones, propugnada ya explícitamente en el Informe Nora-Minc y acometida a fondo en EE.UU. e Inglaterra en la siguiente década, va ganando de este modo cada vez más ascendiente en los discursos políticos y empresariales de la época, llegando a impregnar incluso la "Declaración de Independencia del Ciberespacio" que John Perry Barlow lanzará en Davos el 8 de febrero de 1996[250]. En este punto Musso alerta de que este proceso de

249 ARPÈGE (Association de rédacteurs pour la promotion et l´étude de la gestion), *Gestion des réseaux: concepts et outils*, Masson (colección "CNET-ENST"), París, 1992, p. 1.

250 Dicha declaración, cuya versión inglesa está disponible en el propio *blog* del autor (http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html), comienza del siguiente modo (la traducción es mía): "Gobiernos del Mundo Industrial, vosotros, cansados gigantes de carne y acero, vengo del Ciberespacio, el nuevo hogar de la Mente. En

"desregulación" estatal no haría sino enmascarar el trasvase de hegemonía desde el Estado a las empresas de comunicación supranacionales, apelando para ello precisamente al reverso simbólico de la "circulación" que siempre ha estdo presente en la noción de red, y que no es otro que el de la "vigilancia". Este planteamiento lo lleva a coincidir plenamente con la denominación alternativa a la de "sociedad de comunicación" que propone en 1990 Gilles Deleuze: "Estamos entrando en *sociedades de control*, que ya no funcionan mediante reclusión ("*enfermement*"), sino por medio de control continuo y comunicación instantánea"[251].

A este filósofo volverá de nuevo Musso en las conclusiones de su trabajo, donde se apoya en las "tres edades" que él y Félix Guattari definen en la genealogía de un concepto (la "enciclopedia", la "pedagogía" y la "formación profesional comercial"[252]), para subrayar que dichas edades han sido atravesadas a lo largo de estos dos siglos por el concepto de red hasta desembocar en la paradoja contemporánea de que una noción que fuera forjada por Saint-Simon para reflexionar sobre el cambio social se ha convertido en un modo de neutralizar dicho pensamiento: "El imaginario de la red se ha convertido, por tanto, en una forma de *ahorrarse las utopías* de la transformación social"[253]. Hasta llegar a tal destino Musso afirma, siguiendo las tres estadios conceptuales señalados previamente, que dicha noción ha pasado por tres utilizaciones político-sociales diferenciadas: la idea del cambio social *con* la red, "considerada como concepto" en el pensamiento de Saint-Simon; la idea del cambio social *en* la red, "reconsiderada como cosa" por la escuela sansimoniana; y, finalmente, la idea del cambio social *por* la red, "desconsiderada como signo y mercancía"[254], que conforma hoy el

nombre del futuro, os pido a vosotros los del pasado que nos dejéis en paz. No sois bienvenidos entre nosotros. No ejercéis ninguna soberanía sobre el lugar donde nos reunimos".

251 G. Deleuze, *Pourparlers*, Éditions de Minuit, París, 1990, p. 236, citado en P. Musso, *op. cit.*, p. 354. (La traducción y la cursiva son mías).

252 G. Deleuze y F. Guattari, *Qu´est-ce que la philosophie?*, Éditions de Minuit, París, 1991.

253 P. Musso, *op. cit.*, p. 378. (La cursiva es mía).

254 *Ibid.*, p. 380.

discurso institucional y comercial predominante y se sedimenta en la ideología de la "sociedad mundial de la información".

De esta forma, concluye Musso, se opera lo que él denomina un "*retorno del futuro*", esto es, una decisiva vuelta de tuerca de aquella "asociación universal" que predicaban los sansimonianos, sólo que esta vez declinada en términos multimedia, como ilustra con este fragmento de un discurso de 1994 de David Lytel, quien fuera consejero del entonces vicepresidente estadounidense y adalid de las "autopistas de la información", Albert Gore:

> El presidente y el vicepresidente se están preocupando de establecer esta comunicación directa e interactiva con el pueblo americano. Para ellos, para nosotros, existe una relación estrecha entre estos medios de comunicación accesibles a todos y el ejercicio de la democracia, puesto que ellos reintroducen a los ciudadanos en el foro político. Estos medios de comunicación modernos *no pueden generar más que* sociedades abiertas, es decir, sociedades democráticas.[255]

255 D. Lytel, "Welcome to the White House!", en *Géopolitique*, número especial 48 (*Inforoutes: mythes et réalités*), París, 1994-1995, p. 67, citado en P. Musso, *op.cit.*, p. 363. (La traducción y la cursiva son mías).

3.1.2. Matriz libertaria / contracultural

3.1.2.1. Crítica a la redención ferroviaria y reformas de Proudhon

Sobre dos rayos de hierro una vía magnífica
de París a Pekín ceñirá mi República.
Cien pueblos distintos con sus jergas en confusión
convertirán en Babel un colosal vagón.

Con su rueda de fuego la diligencia humanitaria
desgarrará hasta los huesos los músculos de la Tierra.
De lo alto de esta nave los hombres estupefactos
no verán sino un mar de coles y de nabos.[256]

Qué mejor manera de abrir este punto, en el que se trata de explorar una de las caras más ignoradas de las fabulosas mutaciones sociales a las que nos aproximamos en esta sección, que incluyendo estas dos estrofas con que el poeta romántico Alfred de Musset satiriza ya en 1838 las utopías de la red ferroviaria que ciertos discípulos sansimonianos predican, y comienzan a realizar, en esos años. Y es que desde principios del siglo XIX, y al margen de la *versión oficial*, se puede trazar la aparición de una corriente que, sobre todo en Francia (con Charles Fourier[257], entre otros) y en Inglaterra (por ejemplo, con Thomas Carlyle[258] y William Morris[259]), critica la deriva mecanicista e industrializadora como un avance de la deshumanización del mundo, el

256 A. de Musset, "Idylle, par Mlle. Athénais Dupuis, filleule de M. Cotonet, de la Ferté-Sous-Jouarre", en *Revue des Deux Mondes*, 15 de julio de 1838, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 151.

257 Ver: C. Fourier, *La fausse industrie morcelée répugnante et mensongère et l'antidote, l'industrie naturelle, combinée, attrayante, véridique donnant quadruple produit (et perfection extrème en toutes qualités)*, Bossange père, París, 1835-1836.

258 Ver: T. Carlyle, *Lectures on Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*, Clarendon Press, Oxford, 1910.

259 Ver: W. Morris, *News from Nowhere or An Epoch of Rest. Being Some Chapters from a Utopian Romance*, Robert Brothers, Boston, 1890. Disponible en: http://etext.virginia.edu/toc/modeng/public/MorNews.html (última consulta: 30 de agosto de 2006).

cual quedaría así reducido a "una máquina de vapor, una mecánica sin vida, que no funciona sino con mecanismos, pesos y contrapesos", en palabras del propio Carlyle en 1840[260].

A la industrialización en general, pero en particular a los ferrocarriles con su profetizada función *redentora*, aludirán igualmente Karl Marx y Friedrich Engels en enero de 1848 con la publicación del "Manifiesto del Partido Comunista". Con respecto a la llamada "revolución industrial" y a la cada vez más amplia introducción de las máquinas en la fábrica el diagnóstico es rotundo, afirmándose que "la extensión de la maquinaria y la división del trabajo quitan a éste, en el régimen proletario actual, todo carácter autónomo, toda libre iniciativa y todo encanto para el obrero". Después de muchas páginas, por primera vez encontramos a alguien que examina la posibilidad de que el trabajo *pudiera* concebirse de otros modos a cómo lo hacen los "jefes de la industria", esto es, implicando en él al obrero y, más allá, considerando a este como un ser humano que, consecuentemente, se halla dotado de fantasía, de deseo y de "iniciativa". En lugar de ello, constatan, los industriales refuerzan la disciplina y el control laborales al promover una mecanización creciente de las labores fabriles por la cual "el trabajador se convierte en un simple resorte de la máquina, del que sólo se exige una operación mecánica, monótona, de fácil aprendizaje". Por lo que respecta a la rápida expansión de las líneas ferroviarias, los autores del Manifiesto van a discrepar de aquella sentencia de Michel Chevalier según la cual este medio de transporte reduciría la distancia "de una clase a otra" y celebran su implantación como un instrumento para espolear justamente lo contrario, *la lucha de clases*, que se vería facilitada por la comunicación que se establecería entre los, hasta el momento, dispersos focos de insurrección:

> Gracias a este contacto, las múltiples acciones locales, que en todas partes presentan idéntico carácter, se convierten en un movimiento nacional, en una lucha de clases. [...] Las ciudades de la Edad Media, con sus caminos vecinales, necesitaron siglos enteros para unirse con las demás; el

260 T. Carlyle, *op.cit.*, p. 155.

> proletariado moderno, gracias a los ferrocarriles, ha creado su unión en unos cuantos años.[261]

Rebasado el ecuador del siglo XIX comienza a circular una reflexión de corte antiautoritaria y anarquista que construye una crítica rigurosa e implacable de las concepciones sansimonianas (ya plenamente promovidas por los librecambistas) de los medios de comunicación en expansión en esa época, muy especialmente de los ferroviarios, del proceso industrializador y de la concepción social que subyace a ellos. Frente a tales prédicas tecnocráticas, estos pensadores se inspirarán en aquella cosmovisión que Pascal había expresado al definir ya en el siglo XVII el mundo como "una esfera infinita cuyo centro está en todas partes y cuya circunferencia no está en ninguna"[262] para defender una sociedad donde el Estado, y la propia ciudad, queden disgregados para dar paso a pequeñas comunidades autónomas regidas por las normas que se marquen sus habitantes.

Qué duda cabe que uno de los máximos exponentes de esta tendencia en Francia es Pierre Joseph Proudhon, filósofo que, inspirado por la experiencia de la revolución de 1789 y por su participación activa en la de 1848, apela a atender a "la propaganda sorda que se hace espontáneamente en el pueblo, sin jefe, sin catecismo, sin sistema aún muy definido"[263]. En efecto, frente a la rigidez de estos *sistemas* perfeccionados que preconizan las diferentes "sectas socialistas" él apuesta por la anarquía como "forma de gobierno, o Constitución, en la que la conciencia pública y privada, formada por el desarrollo de la ciencia y el derecho, se basta a sí misma para mantener el orden y garantizar todas las libertades"[264].

---

261 K. Marx y F. Engels, *Manifiesto del Partido Comunista*, 1848. Consultado en: http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/48-manif.htm (última consulta: 30 de agosto de 2006).

262 B. Pascal, *Pensées*, Éditions Gallimard, París, 1936, p. 84.

263 P. J. Proudhon, *Lettres choisies et annotées par D. Halévy et L. Guilloux (Lettre à M. Maurice, 13 août 1844)*, Grasset, París, 1929, p. 70, citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 187.

264 *Ibid. (Lettre à M. X, 20 août 1864)*, p. 350, citado en A. Mattelart, *idem*.

Es a partir de estas concepciones que Proudhon emprende en los años cincuenta un estudio pormenorizado de las redes ferroviarias cuyos resultados publica en 1855 bajo el título "*Des réformes à opérer dans la exploitation des chemins de fer*" ("Sobre las reformas que operar en la explotación de los ferrocarriles")[265], el cual, según Mattelart, lo convierte en pionero absoluto de "una tradición original de interrogantes sobre *el vínculo entre la red técnica, la economía y la democracia directa*"[266]. Opino que el profesor francés no exagera un ápice con esta aseveración, la cual estimo que hace honor a una obra que, contemplada desde nuestra época, no debería más que provocarnos una enorme y sana *envidia*. Y es que ya desde el extensísimo subtítulo que Proudhon elige para su libro ("... y de las consecuencias que pueden resultar de ellas, ya sea para aumentar los ingresos de las compañías o para bajar los precios de los transportes, la organización de la industria ferroviaria y la constitución económica de la sociedad") podemos percatarnos de la ambición y profundidad de la labor de este revolucionario, que aborda de inicio un recorrido histórico y comparativo por los diferentes medios de transporte anteriores al ferrocarril (partiendo del propio transporte "sobre la espalda del hombre"), del que concluye sin asomo de duda que "el tren constituye, entre todos los medios de transporte conocidos, el más potente, el más rápido, el más regular, el más constante, el más económico, el menos expuesto a accidentes de toda naturaleza, a las averías y a los retrasos"[267].

A continuación, dedica tres capítulos a desmenuzar las características técnicas y económicas de la red ferroviaria francesa, contemplando la arquitectura de su construcción, su estado financiero (atendiendo a sus diferentes costes y sus resultados comerciales), la carga que es capaz de transportar, la velocidad, regularidad, precisión y frecuencia de sus servicios, etc. Finalmente en el capítulo quinto, el que

265 J. P. Proudhon, *Des réformes à opérer dans la exploitation des chemins de fer, et de conséquences qui peuvent en résulter, soit pour l´augmentation du revenu des compagnies, soit pour l´abbaisement des prix de transports, l´organisation de l´industrie voiturière, et la constitution économique de la société*, Garnier Frères, París, 1855.

266 A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 217. (La cursiva es mía).

267 J. P. Proudhon, *op. cit.*, p. 389. (La traducción es mía)

más nos interesa respecto a este trabajo, toca lo que denomina las "cuestiones diversas", que engloban puntos trascendentales y conflictivos en torno a la constitución del ferrocarril: Su condición de servicio de interés general y su consideración consecuente como *dominio público* que no habría de someterse al "interés del capital", las "agitaciones" sociales y "desplazamientos" políticos que trae aparejadas, así como la "revolución económica" que implica, si bien a este respecto se apresura a enfatizar que "lo que pasa ante nuestros ojos, en los ferrocarriles, en la navegación, en las instituciones de crédito, etc., prueba que el porvenir, esto es, *la potencia, la libertad, la seguridad, la riqueza, pertenecen a los grandes capitales*"[268]. Finalmente, Proudhon no deja pasar la oportunidad de rebatir "la opinión banal, ridícula" que no deja de escuchar por todas partes en su época y que, como vimos en el punto anterior, evangeliza acerca de la capacidad del ferrocarril de propiciar una alianza universal por la que las ideas de toda la humanidad podrían expandirse libremente y sin fronteras:

> Lo que hace circular las ideas, como se suele decir, no son los vagones, sino los escritores, la discusión pública, la prensa libre. [...] Desde hace cuatro años la longitud de las vías férreas explotadas en Francia se ha triplicado y no vemos que la menor idea haya circulado desde entonces. [...] El torbellino de ideas de 1848, interrumpido de súbito y reemplazado por un silencio ejemplar y religioso, no ha recibido el menor socorro por parte del ferrocarril. [...] ¿Y creéis que bastará con una red ferroviara para devolver el pensamiento, el alma, el espíritu, la razón a esta crisálida de 26.000 leguas cuadradas, que se llama hoy Francia? No, no: tal no es de ninguna manera la virtud de los ferrocarriles, y no ha de buscarse ahí su influencia sobre la civilización y sobre las ideas.[269]

Una vez superados estos cinco capítulos de concienzudo análisis (con gran profusión de estadísticas y datos económicos de la época), Proudhon se encuentra ya en condición de acometer un último

268 *Ibid*, p. 290. (La cursiva es mía).
269 *Idem*, pp. 303-304.

apartado de conclusiones en el que, además de incluir muy diversas recomendaciones de reformas que permitan aprovechar el potencial liberador de las redes ferroviarias, criticará implacablemente la forma general en que los poderes estatales y las corporaciones privadas están organizando y explotando tan ventajosa tecnología y alejándola a marchas forzadas de aquel dominio público al que se refería previamente:

> Por destino, a las compañías ferroviarias les correspondería ser los agentes de una revolución radical, sin parangón en la humanidad. Mas, *por la naturaleza de sus concesiones, así como por su extensión y duración, por su constitución, por su organización, por sus tarifas, por su modo de explotación y por la total ausencia de garantías que ofrecen*, esas mismas compañías están en *oposición permanente, necesaria, con el interés público al que ellas deben servir* y al progreso del cual constituyen el órgano.[270]

3.1.2.2. Kropotkin y la era neotécnica

La herencia de esta crítica proudhoniana de la emergente tecnocracia, así como de sus ideas acerca de la organización social descentralizada y autónoma en torno a pequeñas comunidades (frente a la masificación urbana y a la centralización y burocratización que provoca el industrialismo predominante) es recogida a finales del siglo XIX por Piotr Kropotkin, tal y como analiza Mattelart[271]. Este geógrafo anarquista, así, sin dejar de reconocer su importante deuda con las ideas de Proudhon, lleva un paso más allá la reflexión acerca de la imbricación de la técnica con la democracia directa y la riqueza económica, al examinar detenidamente las posibilidades sociales que abre la incipiente energía eléctrica, la cual, según él, marca la superación definitiva de la era "paleotécnica" de la que el filósofo francés se había ocupado, la del vapor, el ferrocarril y la industria pesada. De esta forma, a través de sus obras "Campos, fábricas y talleres"[272] y "El apoyo mutuo: Un factor de

270 *Ibid.*, p. 389. (La cursiva es mía).
271 A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 220-223.
272 P. Kropotkin, *Canpos, fábricas y talleres*, Júcar, Madrid, 1978.

evolución"[273], el geógrafo ruso emprende un recorrido intelectual que, bebiendo de su importante trabajo sobre geografía, zoología y antropología en Siberia y Manchuria, y de su polémica en torno a la teoría de la evolución de Charles Darwin con el biólogo Thomas Huxley (apodado "*Darwin´s bulldog*" por su acérrima defensa del evolucionismo), lo lleva a anunciar la llegada de la era "neotécnica".

Dicha era neotécnica, según Kropotkin, supondrá la articulación de la sociedad en virtud de la ley del "apoyo mutuo", que este miembro de la Sociedad Geográfica rusa defiende vehementemente en la segunda obra citada (donde lo rastrea desde los animales y los salvajes hasta la era moderna) como clave en el pensamiento de Darwin, quien, según él, le concedía la misma importancia que a la competición y la lucha por la supervivencia. Y ello frente a aquellos darwinistas que, representados paradigmáticamente por Huxley y su "Manifiesto por la lucha de la existencia" (que este publica en 1888 como una carga de profundidad al socialismo, y que Kropotkin califica como "atroz artículo"[274], rechazando así esta temprana manifestación de lo que el historiador Richard Hofstadter criticará bajo la denominación de "darwinismo social"[275]), se quedan en exclusiva con estos últimos principios para naturalizar las desigualdades sociales y la explotación económica.

A partir, pues, del apoyo mutuo sería posible, para el geógrafo ruso, aprovechar las posibilidades técnicas de la energía eléctrica y los conocimientos científicos para emprender un diseño territorial que acabara con la concentración de las industrias y de la población en grandes núcleos urbanos. Junto a ello se podría emprender una profunda reorganización social que aboliera las causas de las injusticias sociales al armonizar las labores agrícolas con el trabajo industrial, las ventajas tanto de la vida urbana como de la rural, el aprendizaje social y la

273 P. Kropotkin, *El apoyo mutuo: Un factor de evolución*, Madre Tierra, Madrid, 1989. Disponible en: http://www.kehuelga.org/biblioteca/apoyo/apoyo.pdf (última consulta: 31 de agosto de 2006).

274 P. Kropotkin, *Memorias de un revolucionario*, Ed. Zero, Madrid, 1973 p. 419.

275 Ver: R. Hofstadter , *Social Darwinism in American Thought, 1860-1915*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1944.

familiarización con las leyes naturales, la educación científica y el aprendizaje técnico (esto es, la "educación integral", frente a los especialistas "manufacturados" en las universidades). En esta misma línea de pensamiento se situará otro importante geógrafo anarquista del momento, Elisée Reclus, quien comparte la esperanza del ruso de que la energía eléctrica sea aprovechada para superar la explotación y la desigualdad características de la era paleotécnica y alcanzar así la liberación social y la fraternidad universal en una "Tierra bienhechora que nos soporta a todos y sobre la cual sería bueno vivir como hermanos"[276], siendo, de hecho, uno de los pocos científicos que suscriben públicamente las tesis de Kropotkin en el momento de su polémica científica con el darwinista Thomas Huxley.

Igualmente influyentes fueron las ideas de Kropotkin en el pensamiento del historiador estadounidense Lewis Mumford, ya en el siglo XX. Así, este autor retoma en la segunda parte de su obra "*Technics and Civilization*"[277] la periodización propuesta por el geógrafo ruso para estudiar la técnica, considerando que la evolución de la civilización y la máquina desde hace mil años atraviesa tres grandes etapas interconectadas entre sí, la era eotécnica (que correspondería a la Edad Media), la paleotécnica (la de la Revolución Industrial) y la neotécnica (la contemporánea a él, con notable predominio de la ciencia). Igualmente, se muestra optimista respecto a la expansión de la electricidad, cuya superioridad cualitativa con respecto al resto de energías podría aprovecharse, a su entender, para alcanzar importantes progresos en la esfera social, económica y hasta ecológica, y también en relación a las redes de radiocomunicación, que podrían extender la democracia al permitir superar aquella limitación que Platón fijaba para la discusión pública ciudadana, la cual circunscribía al espacio en el que pudiera oírse hablar a un orador.

Ahora bien, Mumford manifiesta igualmente una actitud crítica hacia el desarrollo técnico que ha impulsado el hombre, resultando en

276 Cita extraída de A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 21.

277 L. Mumford, *Technics and Civilization*, Harcourt Brace and Co., Nueva York, 1934.

este sentido fundamental su distinción entre dos tipos de técnicas, la *politécnica* y la *monotécnica*. La primera provee a los humanos de soluciones a sus problemas y les permite dominar la Naturaleza sin renunciar a la armonía con ella, mientras que la segunda se desarrolla al margen de las necesidades humanas y deriva en la opresión del hombre y la destrucción de su entorno, poniendo el historiador como ejemplo de ella a los automóviles, que obstaculizan gravemente el empleo de otros medios de transporte (andar, montar en bicicleta) y provocan numerosos accidentes (un "sacrificio ritual", dirá Mumford), pero que mantienen su preeminencia a pesar de todos estos perjuicios para el ser humano.

No obstante, décadas más tarde Mumford va a matizar la mencionada visión optimista y se dedicará a profundizar en la cara más siniestra para la humanidad de determinados desarrollos técnicos en los dos volúmenes de su "*The Myth of the Machine*". En el primer volumen de esta obra, el autor introduce el concepto de "megamáquina", que supone la materialización de su idea de que actualmente "el equilibrio de la potencia mecánica ha caído del lado de la destrucción"[278]. En efecto, dicha megamáquina supone una organización social fuertemente jerarquizada y opresora, que para él parte ya de los antiguos reyes y faraones que, respaldados por su poder religioso y por su conocimiento astronómico, fueron los primeros capaces de construirla, empleando exclusivamente *piezas* humanas (hecho que lleva a Mumford a calificarla de "máquina invisible") que acoplaban en una estructura rígida, cada una con una función prefijada, y que el látigo del capataz mantenía unidas, todo ello al servicio de imponentes misiones como la construcción de las pirámides egipcias. De esta forma, el historiador sitúa ya en la Era de las Pirámides el origen histórico de una organización social y un desarrollo técnico que alcanzan su culmen en la supermecanización contemporánea, sepultando el resto de beneficios que podría aportar la técnica bajo los designios de la megamáquina:

> La cultura mecánica, en su original forma servil, no compartía estas inclinaciones elevadoras de la vida: Se

278 L. Mumford, *The Myth of the Machine, vol. 1: Technics and Human Development*., Harcourt Brace, Nueva York, 1967, p. 228. (La traducción es mía).

> centraba, en lugar de en el trabajador y en su vida, en el producto, en el sistema de producción, en las ganancias materiales o pecuniarias de ahí extraídas [...] Los procesos derivados de la megamáquina trabajaban a favor de la rapidez, la uniformidad, la estandarización, la cuantificación. Los efectos que estos objetivos pudieran provocar sobre el trabajador y la vida que le quedaba al final de su jornada laboral, eso no era de la incumbencia de aquellos que comandaban estas operaciones mecánicas.[279]

3.1.2.3. Precedentes de la literatura antiutópica

La entrada en el siglo XX, no obstante, supone el trasvase pleno de estas preocupaciones al ámbito literario, donde se consolidará un género literario específico que se conoce como "*literatura antiutópica*" *o* "*disutópica*" y cuyas raíces se hunden en el último cuarto del siglo XIX. Entre estos fundadores decimonónicos del género son especialmente destacables los ingleses Samuel Butler y H.G. Wells, sin que, a mi entender, pueda olvidarse en este sentido la decisiva aportación del dramaturgo francés Alfred Jarry. El primero es especialmente reconocido por su obra "*Erewhon*", que él mismo edita en 1872 y por la que algunos lo consideran el precursor del género de ciencia-ficción. En ella Butler arremete contra la sociedad británica de la época y especialmente satiriza el progreso científico y la expansión de las máquinas justo cuando estos se encuentran en su periodo álgido, todo ello a través del relato de un viaje a un enclave utópico escondido tras unas monstruosas efigies y rodeado por montañas llamado Erewhon (anagrama del vocablo inglés "*nowhere*", "ninguna parte"). Este país, además de poseer muy peculiares costumbres sociales (referidas al ámbito de la salud, de la justicia, de la moral, con lo que el autor se mofa de la sociedad victoriana de la época) es el escenario que Butler escoge para confrontar la teoría de la evolución de las especies con el acelerado devenir tecnocrático de su tiempo. De este modo el escritor inglés describe cómo en Erewhon las máquinas han sido destruidas por sus opositores con el fin de evitar el inminente advenimiento del momento

279 *Ibid.*, pp. 238-239.

en que aquellas tiranizarían a los hombres, cuestión que el autor expresa así en el capítulo vigésimo cuarto del libro, titulado "El libro de las máquinas":

> Se puede replicar que [...] el hombre será el espíritu dominante y la máquina su sirviente y que en cuanto la máquina no cumpla con el servicio que aquel le encomienda, se verá abocada a la extinción. [...] Todo eso está muy bien. Pero el sirviente se aproxima a su amo deslizándose imperceptiblemente; [...] el alma del hombre se debe a la máquina, es un producto de esta: ella ha forjado el modo en que aquel piensa y siente, y su existencia es una condición *sine qua non* para la del hombre, tanto como la de este lo es para la suya. Este aspecto hace que descartemos la completa aniquilación de la maquinaria, pero ciertamente indica que deberíamos destruir todas aquellas de las que podamos prescindir, si no queremos que ellas nos tiranicen de forma aún más completa.[280]

En cuanto a Wells, también marcado por la teoría de la evolución de Darwin, y habiendo sido alumno del mencionado Thomas Huxley, reflexiona igualmente sobre la cuestión del progreso técnico, la organización política y social y el destino de la humanidad a lo largo de obras ensayísticas (las más importantes de las cuales escribe ya en el siglo XX) y sobre todo novelas y relatos muy diversos, como "La Máquina del Tiempo", "Cuando el durmiente despierte" o "La Guerra de los Mundos", con cuya lectura radiada a través de la CBS Orson Welles haría cundir el pánico nada menos que cuarenta años después. En todas ellas se problematiza en torno a la búsqueda del progreso, el avance científico y el conflicto social y humano que todo ello conlleva. En este sentido, Wells recurre habitualmente a lo que él mismo denomina "relato de anticipación", por el cual sus protagonistas son transportados desde el siglo XIX hacia el futuro y tienen así la posibilidad de contemplar

280 S. Butler, *Erewhon*, Penguin, Harmondsworth, 1970. (La traducción es mía). Consultado en: http://www.hoboes.com/html/FireBlade/Butler/Erewhon (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

anticipadamente el destino al que está abocada la civilización por el camino que lleva: tiranías políticas, megalópolis superpobladas, relaciones sociales deshumanizadas e hipermediatizadas tecnológicamente ("vivir fuera del ámbito de los cables eléctricos habría sido vivir como un salvaje"[281]), destrucción cultural y homogeneización lingüística.

Y, ¿qué decir de Jarry? Autor inclasificable, vanguardista antes de las vanguardias del siglo XX, menospreciado por algunos y admirado por muchos otros, escribe a finales del siglo XIX una obra original, irreverente y grotesca, pero también muy lúcida, entre la que destaca, por supuesto, "*Ubu roi*"[282] y toda su saga, así como "*Spéculations*"[283] o "*Gestes et opinions du Docteur Faustroll, pataphysicien*"[284]. Sin duda su obra más influyente y conocida es la primera, si bien me detengo aquí en esta última para analizar una serie de puntos que, no obstante, impregnan plenamente todos sus textos, así como su rico y extenso legado. En efecto, esta obra dedicada al doctor Faustroll la subtitula el dramaturgo "novela neocientífica" y ya para empezar el nombre de este personaje es una combinación entre Fausto (el protagonista de la obra de Goethe) y Troll ("gnomo", en lengua escandinava). Dicho doctor es presentado además en el título como "patafísico", esto es, como adepto a una disciplina paracientífica, la ´Patafísica, que Jarry inventa a finales del siglo XIX como una burla inmisericorde y bufonesca de la ciencia que rige los destinos de la sociedad en su época.

Me permito incluir aquí breves pasajes de la obra citada con el fin de ilustrar mejor hasta qué punto lleva Jarry esta crítica a las creencias y a la cultura imperantes, comenzando por la propia definición

281 H.G. Wells, *Quand le dormeur s´éveillera*, en *Récits d´anticipation*, Mercure de France, París, 1988, p. 534, citado en A. Matellart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 214.

282 A. Jarry, *Ubu roi*, Bordas, París, 1986.

283 A. Jarry, *Spéculations*, Fasquelles, París, 1911.

284 A. Jarry, *Gestes et opinions du Docteur Faustroll, pataphysicien*, Fasquelles, París, 1911.

Consultado en: http://faustroll.efields.net (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

que el autor realiza de la ´Patafísica como "la ciencia de las soluciones imaginarias, que concede simbólicamente a los lineamientos las propiedades de los objetos descritos por su virtualidad", la cual

> estudiará las leyes que rigen las excepciones y explicará el universo suplementario a este; o, menos ambiciosamente, describirá un universo que podemos ver y que quizá debamos ver en lugar del tradicional, dado que las leyes que hemos creído descubrir de este no son más que correlaciones de excepciones ellas también, sólo que más frecuentes, hechos accidentales en cualquier caso que, reducidos a excepciones poco excepcionales, carecen del atractivo de la singularidad.[285]

Más allá de estas consideraciones burlescas, con las que Jarry redescubre a la mirada de su época lo irracional y lo azaroso que escapa de la mecánica y previsibilidad de la técnica, el escritor satiriza hasta el extremo en todos sus escritos la jerga y la lógica científica y somete a su mirada incisiva casi todas las innovaciones técnicas de su época. Junto a ello, el escritor francés se interesa por las originales investigaciones de científicos contemporáneos como Lord Kelvin (sobre la relatividad aplicada a las unidades de medida) o Charles Vernon Boys, autor del tratado "Las pompas de jabón y las fuerzas que las moldean"[286], cuya lectura marca tanto a Jarry que el Doctor Faustroll lo menciona en su novela.

Y, si bien a partir de 1901 el bretonés dejará de mencionar en sus escritos esta *ciencia* que él inventa, su influencia calará hondamente en el mundo artístico, cultural y hasta filosófico que le sucede, desde el Dadaísmo y el Surrealismo hasta nuestros días, especialmente con la constitución del *Collège de Pataphysique*. Esta institución, creada a finales de 1949, remeda pomposamente al prestigioso *Collège de France*

285 A. Jarry, *Gestes et opinions du Docteur Faustroll, pataphysicien*, http://faustroll.efields.net/livre_deuxieme.php#VIII (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

286 C. V. Boys, *Soap-bubbles and the forces which mould them*, Society for Promoting Christian Knowledge, Londres, 1890.

con su intrincado organigrama y su reparto de cátedras científicas disparatadas como Teorética Circular y Circuncirculatoria, Mecánica Estética, Náutica Epi e Hipogea, Velocipedia o Cefalorgia Aplicada entre personajes como Marcel Duchamp, Raymond Quéneau, Boris Vian, Jacques Prévert, Eugène Ionesco, Dalí, Miró o los propios hermanos Marx[287]. El mismo Umberto Eco, célebre semiólogo y escritor, se declara admirador de esta ciencia y en 2001 es nombrado Trascendente Sátrapa del Colegio de ´Patafísica italiano.

3.1.2.4. Zamiatin y Huxley: Florecimiento de la literatura antiutópica

Centrándonos ya en el siglo XX, dos novelas antiutópicas merecen especialmente ser reseñadas aquí como paradigmáticas de este género. La primera, "Nosotros", de Eugeni Zamiatin, aparece en 1922 en la naciente URSS, donde Lenin, Bogdanov y otros intelectuales reflexionan sobre cómo sacar rendimiento de la organización científica del trabajo propuesta por Taylor, y su publicación en el extranjero le cuesta al novelista el exilio; la segunda, "*Brave New World*" ("Un Mundo Feliz", en castellano) la escribe Aldous Huxley en la Inglaterra de entreguerras y supone una cumbre del género y una influencia esencial en la visión del mundo desde entonces.

La novela de Zamiatin tiene como protagonista a un ingeniero aeronáutico a quien sólo se nombra con un número, D-503, el cual trabaja afanosamente en la construcción de una nave, la "Integral", que habrá de surcar el espacio ayudando al Estado Único a

> someter al bendito yugo de la razón todos aquellos seres desconocidos que pueblen los demás planetas y que tal vez se encuentren en el incivil estado de la libertad. Y si estos seres no comprendieran por las buenas que les aportamos una dicha matemáticamente perfecta, deberemos y debemos

287 Cfr. AA.VV., *´Patafísica (junto con Especulaciones de Alfred Jarry)*, Pepitas de Calabaza, Logroño, 2002, pp. 39-40.

obligarles a esta vida feliz.[288]

De este modo, el protagonista comienza describiendo el lugar en el que vive, un mundo donde la libertad ha sido liquidada para *prevenir* el crimen, donde los campos son asediados por la extensión de las megalópolis industriales y donde el ritmo vital está casi por completo cronometrado a través de las "Tablas de las leyes de las horas" (Mumford, en su citada "Técnica y civilización", ya declara que la máquina clave de la era industrial es el reloj, y no la máquina de vapor). En esta sociedad la vida social está científicamente planificada (el sexo está programado, los descansos reglamentados, los niños se producen en fábricas) y es vigilada día y noche, la máxima obra literaria es la "Guía de los ferrocarriles" (al igual que sucedía en "Los insulares", una novela anterior en la que satiriza la Inglaterra industrial) y todas las personas son obligadas a asistir a sesiones donde se les ejercita en la doctrina de Taylor:

> Y así, fusionados en un solo cuerpo de millones de manos, llevamos todos al unísono, en un segundo determinado por la Tabla de las Leyes, la cuchara a los labios, y al mismo segundo paseamos, nos reunimos en torno a los ejercicios de Taylor en los auditorios y nos acostamos.[289]

Por si esto fuera poco, avanzada la novela, el Estado Único anuncia el avance científico definitivo para procurar a sus súbditos la perfección, hasta entonces maculada por la fantasía y la imaginación que, a partir de entonces, podrá eliminarse de raíz mediante la "Gran Operación", con la que Zamiatin simboliza la anulación definitiva del deseo que se da cuando el ser humano claudica ante la máquina, convirtiéndose en una pieza perfectamente ajustada a ella. Concluyo mi brevísimo repaso de esta obra, que supondrá una influencia fundamental en la célebre "1984" de George Orwell, con una cita que describe bien la

288 E. Zamiatin, *Nosotros*, Sadrac Inanna, Buenos Aires, julio de 2001, p. 2. Consultada en: http://csa.no-ip.org/bibliopdf/Zamiatin,%20Yevgueni/Nosotros.PDF (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

289 *Ibid.*, p. 7.

naturaleza de esta cirugía sobre la fantasía:

> En la primera plana del Periódico Estatal decía en gruesas letras de imprenta: [...] "Hasta el día de hoy vuestros hijos, los mecanismos, eran más perfectos que vosotros. [...] ¿Acaso habéis visto alguna vez que durante la labor se dibuje una sonrisa abstraída y soñadora en el rostro de un cilindro de bomba? [...] Pero no es vuestra la culpa [...] estáis enfermos. Vuestra enfermedad se llama fantasía. [...] Alegraos, pues este obstáculo ha quedado eliminado [...] y ya, para siempre, podéis quedar curados de la fantasía ¡para siempre! Sois perfectos, sois como máquinas, y el camino de la felicidad perfecta queda expedito".[290]

En 1932 aparece en Inglaterra "*Brave New World*", otra cumbre de las novelas antiutópicas en la que su autor, Aldous Huxley, refleja sus acuciantes preocupaciones por el devenir de un progreso científico y mecánico cada vez más al servicio del poder, incluyendo como epígrafe una cita muy expresiva del pensador ruso Nicolás Berdiaeff:

> Las utopías aparecen como más alcanzables que lo que se creía en otro tiempo. Nos encontramos actualmente frente a una cuestión muy angustiante: ¿Cómo evitar que se conviertan en realidad? Las utopías son alcanzables. La vida marcha hacia las utopías. Y puede ser que comience un nuevo siglo, un siglo donde los intelectuales y la clase educada soñarán los medios de evitar las utopías y de *retornar a una sociedad no utópica, menos "perfecta" y más libre*.[291]

La acción de esta obra se desarrolla en el año 2535 de nuestra era, que en esta civilización es el 632 d.F. (después del nacimiento de la compañía Ford), lo cual avanza mucho de lo que van a ser las

290 *Ibid.*, pp. 100-102.

291 A. Huxley, *Brave New World*, Chatto & Windus, Londres, 1932. (La traducción y la cursiva son mías). Consultado en:
http://www.creatividadfeminista.org/libros/gratis/un_mundo_feliz.pdf
(última consulta: 1 de septiembre de 2006).

características de este mundo: Los seres humanos viven exclusivamente para producir, como minúsculos engranajes de la cadena de montaje fordista elevada a escala planetaria y a todos los ámbitos vitales. De hecho, ellos mismos son producidos clónicamente a través de los avances de la ingeniería genética en lo que se denomina el "Centro de Incubación y Condicionamiento", donde los bebés son clasificados según su inteligencia y donde se les condiciona su destino ya desde su *nacimiento*. De las sociedades y culturas previas no queda ni rastro, pues la historia ha quedado liquidada por su inanidad, en virtud de la célebre frase de Ford: "La historia es poco más o menos una patraña. Es tradición. Y nosotros no queremos tradición. Queremos vivir en el presente y la única historia que merece la pena es la que estamos haciendo hoy"[292].

De este modo, queda claro que uno de los pilares fundamentales en la construcción del Estado Mundial que rige los destinos de tal "mundo feliz" es la aplicación *in extenso* de la doctrina productiva fordista, hasta el punto que el ingeniero estadounidense adquiere en la novela atributos cuasidivinos (la T del modelo de automóvil reemplaza a la cruz cristiana y los personajes exclaman "Por el amor de Ford"). Ahora bien, una diferencia sustancial de esta sociedad con la descrita por Zamiatin (y posteriormente por Orwell y demás) es que el deseo y la fantasía no le son arrancados al hombre por medio de formas más o menos sutiles de lobotomización, sino que son en este caso *canalizados* por los mandatarios mediante la acción del departamento de propaganda (cuya sede en Londres sitúa Huxley en la calle Fleet, centro tradicional de la prensa británica) y a través de una droga sintética que elabora y suministra el propio Estado Único, llamada soma. Esta "maravillosa sustancia" posee efectos antidepresivos y alucinógenos, y su rol es central en la administración estatal y en el sometimiento de los ciudadanos, ya que mantiene a estos en un estado de felicidad artificial que los induce a olvidarse de su situación y a no interrogarse sobre ella.

292 Cita de la entrevista concedida por Henry Ford al diario *Chicago Tribune* que apareció publicada el 25 de mayo de 1916. Consultada en: http://www.quotationspage.com/quote/24950.html (La traducción es mía).

Tal percepción de las mutaciones profundas del poder en las sociedades modernas, ciertamente desemejante con respecto a la de Zamiatin, la expresará claramente este autor en el prólogo que escribe en 1946 a la nueva edición de su obra:

> Desde luego, no hay razón alguna para que el nuevo totalitarismo se parezca al antiguo. El Gobierno por medio de porras y piquetes de ejecución, hambre artificialmente provocada, encarcelamientos en masa y deportación también en masa no es solamente inhumano (a nadie, hoy día, le importa demasiado este hecho); se ha comprobado que es ineficaz, *y en una época de tecnología avanzada la ineficacia es un pecado contra el Espíritu Santo*. Un Estado totalitario realmente eficaz sería aquel en el cual los jefes políticos todopoderosos y su ejército de colaboradores pudieran gobernar una población de *esclavos sobre los cuales no fuese necesario ejercer coerción alguna* por cuanto amarían su servidumbre. Inducirles a amarla es la tarea asignada en los actuales estados totalitarios a los Ministerios de Propaganda, los directores de los periódicos y los maestros de escuela.[293]

3.1.2.5. Psicodelia y expansión de la conciencia en California

Cabe destacar que este temprano interés de Huxley por los usos de las drogas se incrementaría en los años siguientes, especialmente desde su traslado a California en 1937, llevándolo a explorar dos vías diferentes. Por una parte, Huxley es invitado en la década de los cincuenta y hasta poco antes de su muerte en 1963 a dar charlas en diferentes universidades estadounidenses en las que profundiza en su tesis del mantenimiento del orden mediante el uso de variantes de dicha "soma", hasta el punto de afirmar en 1961 que

> en la próxima generación existirá un método farmacológico para hacer a la gente amar su servidumbre y producir una dictadura sin lágrimas, esto es, producir una especie de

293 A. Huxley, *op. cit.* (La traducción y la cursiva son mías).

campo de concentración indoloro para sociedades enteras.[294]

Por otro lado, su amigo y compañero de exilio en EE.UU., el escritor y ex-profesor de Cambridge y Oxford, Gerarld Heard, cuya reputación de místico y de estudioso de las religiones orientales crece sin cesar en las décadas siguientes, introduce a Huxley tanto en el conocimiento de dichas religiones como en las experiencias psicodélicas con LSD (al igual que hará con un importante ingeniero de la compañía Ampex llamado Myron Stolaroff). A partir de este momento el autor de "Un Mundo Feliz" explora el consumo de estas sustancias para ampliar el potencial de la mente humana y también para buscar la "iluminación" ("*enlightenment*"), recogiendo las sensaciones que experimenta en varios libros, entre los cuales destaca "*The Doors of Perception*"[295]. Dicha obra se convertirá en uno de los textos de referencia en la materia, ampliamente divulgado entre científicos, artistas (el célebre grupo musical californiano *The Doors* toma de él su nombre) y los primeros *hippies*.

No en vano en las conferencias citadas, junto a aquella "última revolución" que implica para él que el control social haya pasado de dirigirse al entorno del ser humano a instalarse de forma cada vez más intrusiva *en su cabeza*, el escritor inglés alaba las virtudes de los nuevos "transformadores de la mente", entre los cuales destaca especialmente el LSD. En este sentido, en una de sus últimas intervenciones públicas en el Centro de Lenguaje de Berkeley, titulada precisamente "*The Ultimate Revolution*"[296], Huxley defiende el consumo de estos psicodélicos por considerarlos no adictivos e inofensivos fisiológicamente, además de

294 Extracto del discurso pronunciado en el *California Medical School* de San Francisco el 27 de junio de 1961. (La traducción y la cursiva son mías)

295 A. Huxley, *The Doors of Perception*, Chatto & Windus, Londres, 1954.

296 "*The Ultimate Revolution*", conferencia pronunciada el 20 de marzo de 1962 en el *Berkeley Language Center* de la Universidad de California en Berkeley. Tanto el texto, como el audio de esta conferencia (y del debate posterior a ella) están disponibles en Internet en las siguientes direcciones:
http://www.libertythink.com/Huxleytranscript.txt
http://www.lib.berkeley.edu/MRC/audiofiles.html#huxley (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

aptos para proporcionar al ser humano una extraordinaria revolución mental".

Llegamos así en este apartado a un *punto de inflexión*, pues la cuestión del uso de las drogas será sólo la punta de lanza para internarnos en los movimientos sociales, culturales y políticos que se comienzan a forjar en la California de los años cincuenta y explotan en las dos décadas siguientes. Y ello con la intención de examinar muy sintéticamente de qué manera ellos se imbrican y participan conflictivamente en los acontecimientos políticos y bélicos del momento, así como también en los proyectos de investigación punteros (centrándonos en los mencionados en el punto 3.1.1.3) y en la gestación de fabulosas dinámicas de innovación técnica decisivas en nuestro tiempo.

¿Acaso supone incurrir en una *frivolité* tocar estas cuestiones? ¿Constituyen estos procesos profundos, divergentes y cotidianos simples anécdotas (o *vicios*) que no merecen salir del ostracismo al que se les ha relegado? Nada más lejos de la realidad, a mi juicio, pues precisamente ellos son los que nos han de permitir explorar la(s) matriz(ces) *contracultural(es)* de las transformaciones sociales actuales. Para ello propongo de nuevo afinar el oído con el fin de desentrañar cómo el rumor de dichos movimientos sociales entreteje aquella "red de una antidisciplina" (en palabras de de Certeau) a través de las notas de la marcha militar de ARPA. En este sentido, resultan plenamente inspiradoras las palabras con que el periodista John Markoff abre su "*What the Dormouse said*", obra imprescindible para abordar este recorrido:

> Cenando una noche con Engelbart caí en la cuenta de que, a pesar de lo mucho que había leído acerca de la historia de Silicon Valley y de la computación, no estaba familiarizado con los relatos que se contaron durante esa cena. Lo que me chocó fue que dichos relatos no trataban sobre tecnología, sino sobre las vidas de los investigadores mismos, sus relaciones personales, las drogas que tomaban, el sexo que practicaban, la música rock que escuchaban y las protestas

políticas en que participaban.[297]

Volvamos, pues, a aquel ingeniero de Ampex llamado Myron Stolaroff, quien, después de varias experiencias psicodélicas, se convence del potencial beneficioso de estas sustancias y comienza a analizar sus efectos en un grupo de investigación informal sobre filosofía al que se unen, entre otros, Willis Harman, profesor de ingeniería eléctrica de Stanford y varios investigadores del SRI. Tras varias discusiones con los directivos de Ampex por su intento de introducir estas drogas entre los ingenieros de la compañía como un modo de incrementar las posibilidades de negocios, Stolaroff funda en 1961 la *International Foundation of Advanced Studies* para continuar sus estudios filosóficos y psiquiátricos sobre dichas sustancias. Durante sus cuatro años de actividad (esto es, hasta la prohibición de continuar sus experimentos que le impone en 1965 la *Food and Drug Administration*) este instituto suministra pequeñas dosis de LSD a más de trescientas cincuenta personas en su sede de Menlo Park, incluyendo varios miembros del SRI, entre los cuales destacan el propio Douglas Engelbart y su ayudante Bill English, intrigados por las posibilidades de "aumento del intelecto humano" que podrían derivarse del consumo de esta droga.

Ahora bien, si en alguien resultan especialmente decisivos estos experimentos psiquiátricos es en un estudiante de fotografía de Menlo Park llamado Stewart Brand. En efecto, tras su impactante experiencia con el LSD, este joven se relaciona con el escritor Ken Kesey y su banda, los *Merry Pranksters*, y colabora con ellos en la organización en San Francisco del último *Acid Test* ("prueba de ácido") público del 6 de octubre de 1966 (fecha en que el LSD es ilegalizado). En este gran desfile actúa por primera voz el grupo pionero de música psicodélica *Grateful Dead*, cuya influencia en la contracultura musical californiana de la época será muy honda y uno de cuyos letristas es el mencionado John Perry Barlow, cofundador de la *Electronic Frontier Foundation* (EFF, asociación consagrada a la defensa de los derechos civiles *digitales*) y autor de célebres artículos acerca del "ciberespacio", todo ello ya en la década de los noventa.

297 J. Markoff, *op. cit.*, pp. XXII-XXIII.

El catorce de enero del año siguiente, San Francisco acoge otro evento clave en el florecimiento de la pujante contracultura de los sesenta, el *Human Be-In*. Este acontecimiento, al que acuden 30.000 personas, logra unir a dos sectores hasta entonces encontrados de esta escena cultural alternativa, los jóvenes de Berkeley cada vez más radicalizados en sus protestas contra la guerra de Vietnam y las comunidades *hippies* marcadamente apolíticas, en torno a ciertas reivindicaciones comunes: el fortalecimiento personal ("*personal empowerment*"), la expansión de la conciencia (cercana al concepto de "aumento" que maneja Engelbart en el SRI), el desprecio a la autoridad centralizada, la oposición a la guerra, los valores comunitarios y la conciencia ecológica. A él acuden figuras contraculturales de la época, como los propios *Grateful Dead*, los poetas Allen Ginsberg, Gary Snyder y Lenore Kandel, el *yippie* Jerry Rubin o el ex-profesor de Harvard y también estudioso y promotor del consumo de LSD, Timothy Leary, cuyo discurso es uno de los más recordados, acuñando la expresión que se convertirá en un mantra para esta generación: "*Turn on, tune in, drop out*".

Esta frase (que el autor concibe a raíz del consejo de Marshall McLuhan de inventar "algo conciso" para promocionar el LSD)[298] alude, en primer lugar, al "encendido" ("*turn on*") de la mente a los diferentes niveles de conciencia que este doctor en psicología contempla (para lo cual las sustancias psicodélicas resultan un recurso recomendado); a continuación, la invitación es a "entonarse", "afinarse" ("*tune in*") con el mundo exterior, expresando abiertamente los descubrimientos de esa introspección personal; y, finalmente, con "*drop out*" ("abandonar, dejar colgado") que el autor precisa como "el electivo, selectivo y grácil proceso de apartamiento de los compromisos involuntarios o inconscientes"[299], a través del cual esa nueva conciencia movería a las personas a rechazar las políticas represivas, la guerra, la violencia, el

298 Laura Mansnerus, "Timothy Leary, Pied Piper Of Psychedelic 60's, Dies at 75" (obituario), en *New York Times Book Review*, 1 de junio de 1996. Consultado en: http://www.nytimes.com/learning/general/onthisday/bday/1022.html (última consulta: 3 de septiembre de 2006).

299 T. Leary, *Flashbacks*. Putnam, Nueva York, 1990, p. 253.

servicio militar, el racismo, la hipocresía erótica, el sexismo y la religión establecida[300].

Ahora bien, junto a la indudable influencia que estas propuestas le granjean sobre la contracultura de esta época, el ex-profesor de Harvard sufre a partir de los setenta la persecución política y judicial (Nixon lo tilda como "el hombre más peligroso del planeta" -en lenguaje ya plenamente *globalizado*- y un tribunal lo condena a diez años de prisión[301]). Además, posteriormente sus planteamientos serán profundamente criticados por autores como Mark Dery y Theodore Roszak, quienes impugnan su fanatismo por las drogas químicas como la llave para la revolución social y el acceso a la conciencia cósmica, aduciendo que aquel parte de una "fe genuinamente americana"[302] en las tecnologías como motor de transformaciones sociales y empuja a concebir estas experiencias psicodélicas como una cultura en sí misma, apartada del resto del mundo. En este sentido, Roszak se refiere así al uso desviado del exitoso eslogan de la compañía DuPont, "*Better Things for Better Living . . . Through Chemistry*" ("Mejores cosas para vivir mejor... gracias a la química"), en chapas que los *hippies* popularizan en esta época:

> [este eslogan] no se usaba satíricamente. *Los que lo llevaban le daban el mismo significado que Du Pont*. El estadounidense amante de los inventos ha sido siempre gracioso por su pueril creencia de que existe una solución tecnológica a cualquier problema humano. Bastó una gran cruzada psicodélica para pergeñar el absurdo de que la

300 T. Leary, *High Priest*, Ronin, Berkeley, 1995, p. 8.

301 Después de varios sucesos rocambolescos, que lo llevan a escapar de la prisión y huir a Suiza hasta finalmente ser capturado en Afganistán y enviado a prisión en los EE.UU., Leary sólo cumple cuatro años de condena, lo que, según una necrológica crítica publicada por la BBC, se debe a su colaboración como *chivato* del FBI para desarticular determinados grupos contraculturales y de oposición política durante los años setenta. Cfr. BBC News, "Timothy Leary was FBI informer", en *BBC News America*, 29 de junio de 1999. Consultado en: http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/americas/380815.stm (última consulta: 3 de septiembre de 2006).

302 M. Dery, *op. cit.*, p. 32.

> salvación personal y la revolución social pueden almacenarse en una pastilla.[303]

3.1.2.6. Stewart Brand: El "encendido" tecnológico y el Whole Earth Catalog

Retornando a la figura clave de Stewart Brand, al año siguiente del *Human Be-In* de San Francisco en que Leary lanza su "*Turn on, tune in, drop out*", el joven fotógrafo se convierte en figura clave en dos acontecimientos que marcarán profundamente el devenir de la contracultura hasta nuestros días. Por una parte, Brand es uno de los colaboradores especiales a los que Douglas Engelbart recurre para pulir y convertir en un auténtico *evento* su legendaria demostración multimedia del NLS en la *Fall Joint Computer Conference* el 9 de diciembre de 1968. En este sentido, él constituye uno de los artífices de lo que deviene la semilla de una verdadera *revolución silenciosa* que acerca a numerosísimos ingenieros informáticos, *hackers* y miembros de movimientos contraculturales y sociales a las computadoras (y a la tecnología, en general) como herramientas al alcance de los usuarios (más allá de la barrera de su precio) que podrían contribuir a la liberación social y a la experimentación intelectual autónoma, visión plenamente opuesta a la que hasta el momento predominaba entre los movimientos sociales de la época, que Timothy Leary sintetiza así:

> En aquel momento, las computadoras eran unidades principales (*mainframes*) que costaban millones de dólares y que obraban en posesión de la Bell Telephone Company, la IBM, la CIA, el Departamento de Vehículos Motorizados – ¡no precisamente amigos míos!. Por tanto, yo compartía el prejuicio de que las computadoras eran esas cosas que te grapaban y te perforaban (*stapled you and punched you*) y que estaban controladas por un puñado de expertos, los monjes.[304]

303 T. Roszak, *The Making of a Counterculture. Reflections on the Technocratic Society and its Youthful Opposition*, Anchor Books, Nueva York, 1969, p. 117, citado, en M. Dery, *idem*.

304 Citado en R. Rucker, R. U. Sirius, and Queen Mu (eds.),. *Mondo 2000: a user's*

Efectivamente, la demostración de Engelbart y su grupo abre en 1968 una fabulosa fractura con lo que hasta ese momento había sido la contracultura de los sesenta, que el novelista Bruce Sterling caracteriza como "rural, romántica, anticientífica y antitécnica"[305]. En efecto, la obra de los poetas decimonónicos William Blake y Ralph Waldo influirá ampliamente en las ideas de poetas de la *beat generation* de los cincuenta, entre los cuales los citados Snyder y Ginsberg sobresalen especialmente como recuperadores de las ideas de una unión trascendente con la Naturaleza y de la consideración de esta como Edén perdido por la crueldad, contaminación y corrupción de la civilización tecnocrática, y al que se ha de retornar. Esta concepción se expandirá a comienzos de la década de los sesenta, especialmente en California, y dará lugar a la formación de numerosas comunas rurales en las que se congregan todos aquellos que buscan el misticismo y la purificación huyendo de la ciudad, en una de las más claras materializaciones del utopismo antitecnológico de esta temprana contracultura. En medio de este panorama cultural la intervención de 1968, en la que Brand maneja las cámaras de video, viene a profundizar en una innovadora vía de experimentación tecnológica que ya había calado en los laboratorios del SRI financiados por ARPA (al año siguiente, de hecho, uno de los miembros del *Augmentation Research Center* -ARC-, Dave Evans, organizará la Conferencia Paradam, un evento en el que reúne a científicos, estudiantes y miembros de movimientos sociales y comunales para discutir sobre los usos de la tecnología) y también en "la comuna protociberdélica de Kesey", que, según Mark Dery, "mantenía un equilibrio inestable entre la psicodelia y la cibernética, entre el naturismo tradicional y los neones del presente"[306]. El citado Bruce Sterling sintetiza el carácter de este profundo giro *bricoleur* de la contracultura de este modo: "ninguna contracultura de la Madre Tierra fue la que nos dio el ácido lisérgico, el ácido vino de un laboratorio de

guide to the new edge, Harper Collins, Nueva York, 1992, p. 84. (La traducción es mía).

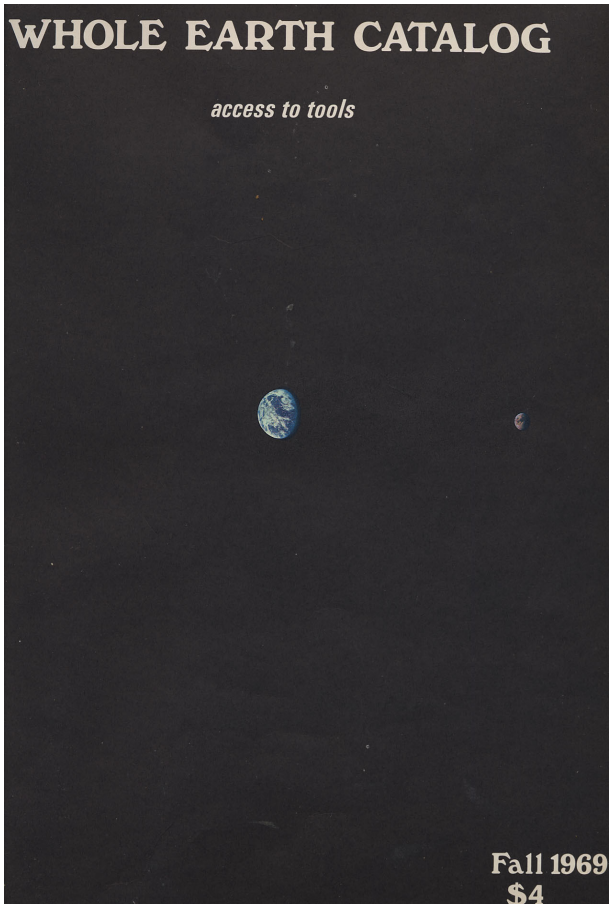
305 B. Sterling (ed.), *Mirrorshades. The Cyberpunk Anthology*, Ace, Nueva York, 1988, p. XII. (La traducción es mía).

306 M. Dery, *op. cit.*, p. 36.

Sandoz"[307].

El segundo de los decisivos acontecimientos de 1968 que tiene como protagonista a Stewart Brand es su lanzamiento ese año del primer número de una revista a la que llama *The Whole Earth Catalog* ("El catálogo de todo la Tierra"), la cual se convertirá en referencia indispensable de buena parte de los movimientos sociales californianos y estadounidenses, y cuya influencia llega a traspasar las fronteras de esta nación. El nombre elegido para esta publicación está claramente inspirado en las reflexiones filosóficas de Buckminster Fuller acerca de la vida humana en la Tierra, aunque emerge también de forma directa de una campaña pública que el propio Brand había orquestado en 1966 para exigir a la NASA la publicación de las fotografías del planeta Tierra que se rumorea que este instituto ha tomado desde los satélites lanzados al espacio, imágenes que él considera que pueden suponer un símbolo muy potente para la humanidad (y una de las cuales incluye ya en la portada del primer número expandido de la revista de 1969, que reproduzco aquí).

307 B. Sterling, *op. cit.*, p. XIII.



Esta primera edición amplia establece ya los principios, motivaciones y objetivos con los que se pone en marcha esta original propuesta editorial que incluso va a obtener el *National Book Award* en 1972. Por un lado, el catálogo es definido como "un dispositivo de evaluación y acceso" que pretende ofrecer a sus usuarios una orientación para encontrar sencillamente información acerca de los más diversos ámbitos y problemáticas, los cuales se dividen en siete secciones básicas (concebidas de forma flexible y siempre sujetas a aportaciones y variaciones que los lectores sugieran): comprensión de sistemas

holísticos, uso del refugio y de la tierra ("*Shelter and Land Use*"), industria y artesanía, comunicaciones, comunidad, nomadismo y aprendizaje. El breve texto que Brand escribe en este número de 1969 para presentar el proyecto recoge nítidamente las inquietudes culturales y políticas de la época y, más allá, trata de crear modos de abordarlas de forma crítica y liberadora:

> *Somos* como dioses y podríamos también extraer algo bueno de ello. Hasta ahora, el poder y la gloria ejercidos de forma remota -sea a través de los gobiernos, los grandes negocios, la educación formal, la Iglesia- ha alcanzado un éxito tal que los grandes defectos oscurecen los logros reales. En respuesta a este dilema y a estos logros se está desplegando una esfera de poder íntimo, personal -poder del individuo para guiar su propia educación, hallar su propia inspiración, conformar su propio entorno y compartir su aventura con quienquiera que esté interesado en ella. Las herramientas que ayuden a este proceso son las que busca y promueve el *WHOLE EARTH CATALOG.*[308]

Consecuentemente el catálogo compila en sus veinticuatro años de irregular publicación artículos escritos en un estilo sencillo sobre "herramientas" que van desde libros y mapas hasta instrumentos de jardinería y de construcción, o incluso energías renovables (solar, eólica, geotérmica) y tempranos prototipos de computadoras personales. Pero lo que resulta más inspirador para las generaciones que lo vienen conociendo en estos años es que la revista, desde su concepción, su financiación, la composición de su redacción (la mujer de Brand, Lois Jennings, un pequeño grupo de amigos y la colaboración del *Portola Institute*, un foro educativo alternativo radicado en Menlo Park), las herramientas de diseño (una máquina de escribir IBM Selectric y una cámara fotográfica Polaroid MP-3 para "cortar y pegar" imágenes en sus páginas), sus contenidos (que provienen de las sugerencias de usuarios y colaboradores) y hasta su inicial distribución (que el propio Brand realiza personalmente en 1968), refleja fielmente el espíritu de

308 Fragmento extraído de: http://www.answers.com/topic/whole-earth-catalog (última consulta: 3 de septiembre de 2006) (La traducción es mía).

experimentación *low-tech* y de autonomía creativa (ciertamente cercano al que de Certeau describía en "*La prise de parole*"), que en aquella época quedaba resumido en la expresión: "*Ask not what your country can do for you.* Do it yourself"[309].

Resulta harto complicado resumir en unas páginas la influencia cultural de esta revista, que vende más de dos millones de copias de sus diferentes números hasta 1994, si bien estimo que merece la pena apuntar algunas referencias clave para el recorrido que hemos emprendido en esta sección. En primer lugar, la lectura del *Whole Earth Catalog* supone una fuente de inspiración esencial para los ingenieros y *hackers* que trabajan en el ARC (ya se citó, a este respecto, el ejemplo de la Conferencia Paradam de Dave Evans), en el SAIL y, posteriormente, en el centro de investigación al que muchos de ellos se marchan después, el PARC de Xerox.

En este sentido, destaca el entusiasmo con que uno de sus principales investigadores, Alan Kay, acoge la publicación, la cual encarna a la perfección para él la actitud *do it yourself* y, por supuesto, la visión de la tecnología como un recurso al alcance de las personas para la transformación individual y colectiva. No otra idea, de hecho, les obsesiona a él, Larry Tesler y a otros compañeros del PARC, quienes, frente a la deriva de diseño recargado de las computadores que toma la mayoría de las compañías, defienden con insistencia que es básico construir una interfaz que resulte sencilla de manipular por el usuario. A este respecto, Kay reconoce la influencia que ejerce sobre ellos el diseño y la organización de la información plasmada en el catálogo, al recordar después que "nosotros considerábamos el *Whole Earth Catalog* como la versión impresa de lo que iba a ser Internet"[310]. En este sentido es habitualmente citada la anécdota que narra cómo Kay, al poco de

309 S. Brand, "We Owe It All to the Hippies", en *Time Magazine* (número especial titulado "Welcome to Cyberspace"), vol. 145, nº 12, primavera de 1995. Consultado en: http://members.aye.net/~hippie/hippie/special_.htm (última consulta: 3 de septiembre de 2006).

310 Cita extraída de F. Turner, *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, The University of Chicago Press, Chicago, 2006, p. 113.

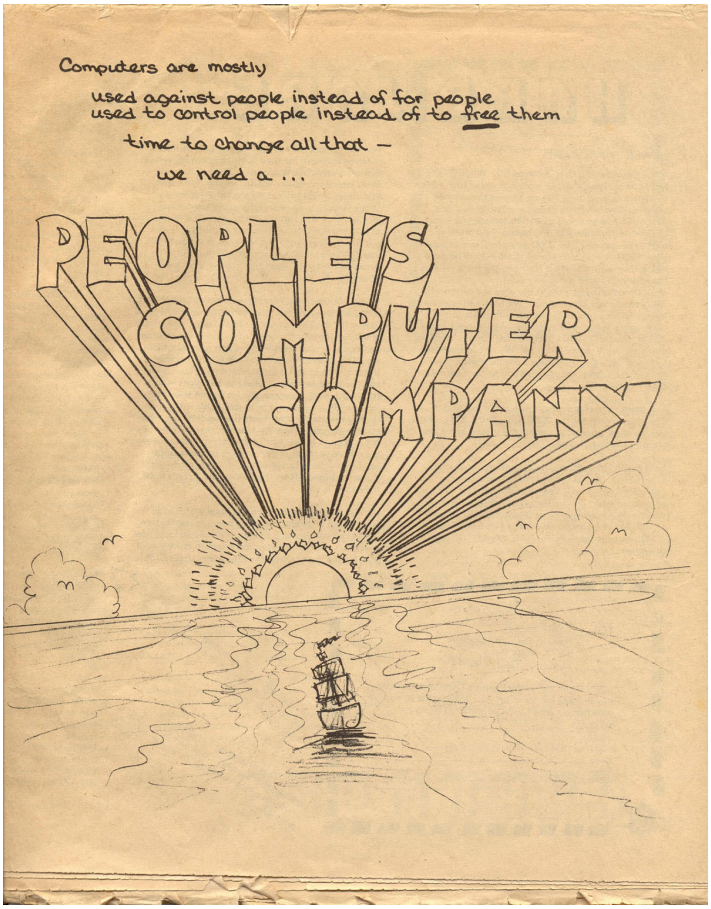
inaugurarse la biblioteca del PARC, se dirigió a la bibliotecaria y, entregándole un ejemplar del *Catalog*, le encargó que adquiriera como fondo bibliográfico *todos* los libros citados en él[311].

Junto a este ámbito universitario, el *Whole Earth Catalog* ilumina también la fundación en 1972 de la *People´s Computer Company*[312], un boletín de noticias que lanza la pequeña editorial Dymax con el respaldo del mencionado *Portola Institute*, el cual habían puesto en marcha unos años atrás Dick Raymond (ex-consultor del SRI) y Bob Albrecht, y al que se unirán más tarde los propios Brand y Jennings. Esta publicación bimensual se convierte en poco tiempo en una referencia imprescindible, cuya tirada de ocho mil ejemplares traslada a los *hobbyists* (aficionados a las computadoras) y al público general de la zona las últimas investigaciones tecnológicas, si bien cada vez más desde una óptica contracultural que enfatiza los empleos comunicativos y liberadores de estas "herramientas" y su dimensión *personal*, esto es, accesible y controlable por el propio usuario. No en vano, en la portada de su primer número de octubre de 1972 se puede leer:

> Las computadoras son mayoritariamente empleadas contra la gente, y no a su favor; empleadas para controlar a la gente, en vez de para liberarla. Ha llegado la hora de cambiar todo eso. Necesitamos una... Compañía de Computadoras Popular (*People´s Computer Company*).

311 J. Markoff, *op. cit*, p. 228.

312 Algunos números de este boletín están disponibles en Internet en la página: http://www.digibarn.com/collections/newsletters/peoples-computer/index.html (última consulta: 5 de septiembre de 2006).



Por si esto fuera poco, recién mudada Dymax a una oficina en el centro de Menlo Park, se abre un centro informático donde se reúnen numerosos ingenieros, *hackers* y curiosos y en el que se ofrece acceso público a ordenadores personales, de modo que cualquiera pueda experimentar con ellos, programar, probar videojuegos simples o tan sólo *trastear*. Este centro se convierte, además, en absolutamente pionero en introducir a miles de jóvenes de la zona en el manejo y programación del ordenador personal, mediante las clases *abiertas* que imparte el citado Albrecht, un ingeniero espacial cuya amplia

experiencia docente en institutos lo convenció de que, a diferencia de los adultos, los niños se introducirían entusiásticamente en el uso de esta herramienta. Esta experiencia adquirirá tal trascendencia que uno de los *gurús* del ordenador personal, Douglas Engelbart, se rinde a ella e invita a Albrecht a que lleve a sus alumnos a conocer el laboratorio del ARC, celebrándose estas visitas durante varios meses cada miércoles[313].

No queda ahí, no obstante, la influencia del *Catalog* en la contracultura informática de la época, pues él también sirve de guía al *hacker* Lee Felsenstein para lanzar junto a Efrem Lipkin en 1973 el primer boletín de noticias electrónico, el *Community Memory*. Según el propio testimonio de Felsenstein, el proyecto surge de la inquietud y experimentación comunicativas que atraviesan el *Free Speech Movement* y otros movimientos sociales californianos durante la década de los sesenta y que él decide volcar en un sistema de publicación de noticias descentralizado e interconectado horizontalmente. A él se puede acceder públicamente desde cuatro terminales colocados en diversos emplazamientos de Berkeley, así como en el propio local del *Catalog*, el *Whole Earth Truck Store*[314]. Steven Levy alabará más tarde la iniciativa de estos jóvenes que intuyen pioneramente que

> al facilitar que la gente se comunicase libremente, se crearía una metáfora viviente, un testamento de la forma en que la tecnología podía usarse como guerra de guerrillas del pueblo contra las burocracias.[315]

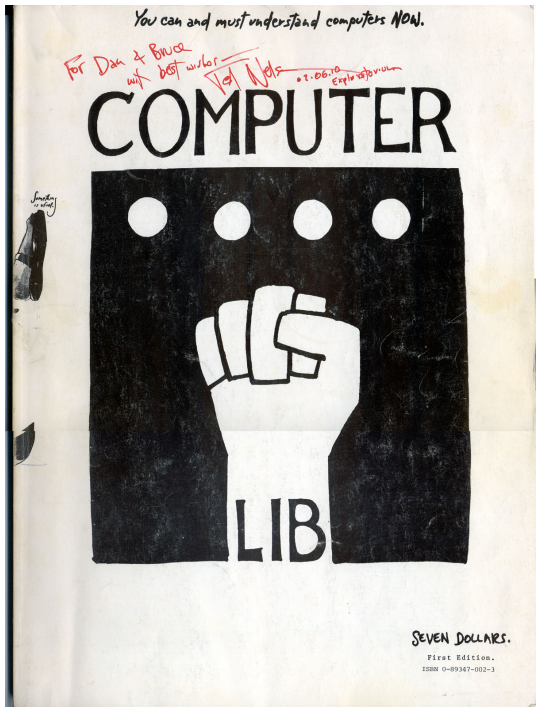
La ruptura de los movimientos contestatarios con su inicial componente tecnófobo y primitivista se hace definitivamente patente con la publicación al año siguiente de dos auténticos manifiestos de contracultura informática, "*Computer Lib*" y "*Dream Machines*", por

313 J. Markoff, *op. cit*, p. 185.

314 L. Felsenstein, "How Community Memory Came to Be (Part 1)", en *Internaut*, 18 de enero de 1994: http://oldeee.see.ed.ac.uk/online/internaut/internaut-01/comm.html (última consulta: 5 de septiembre de 2006).

315 S. Levy, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, Dell, Nueva York, 1984, p. 156.

parte de Ted Nelson, creador del proyecto Xanadú (que ya en 1960 persigue la creación de una red mundial de computadoras interconectadas), de conceptos hoy corrientes como "hipertexto" o "virtualidad" y de una consigna que resume su preocupación por que cualquier pueda usar un ordenador personal: "Una interfaz de usuario debería ser tan simple que un principiante pudiera, en una emergencia, entenderla en diez segundos".

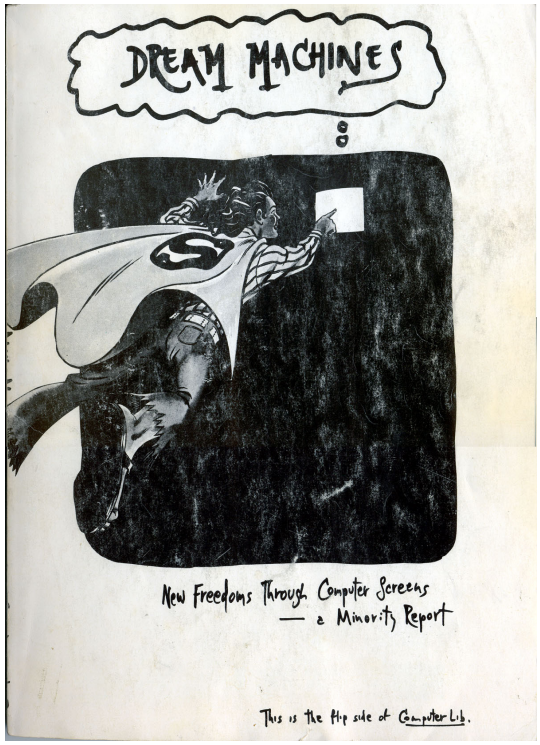


"Tú puedes y debes entender los ordenadores AHORA"[316]

"Máquinas de ensueño: Nuevas libertades a través de las pantallas de ordenador"[317]

316 Imagen extraída de: http://www.digibarn.com/collections/books/computer-lib/cl-cover.jpg (última consulta: 5 de septiembre de 2006).

317 Imagen extraída de: http://www.digibarn.com/collections/books/computer-lib/dm-cover.jpg (última consulta: 5 de septiembre de 2006).



Tres últimas notas, más cercanas en el tiempo, permiten también calibrar el impacto de esta revista tan decididamente *popular*. La primera se refiere a la relación de sus propuestas y de su estilo (sus *modos de hacer*) con la aparición de la corriente contracultural que se conoce como "ciberpunk" y que representa el *summum* de la ruptura a la que se aludía en el párrafo anterior. Concretamente, se sitúa el nacimiento de esta corriente a partir de la publicación en 1984 de "*Neuromancer*", la novela de ciencia-ficción de William Gibson en que este adelanta bastantes claves de actualidad y acuña vocablos plenamente implantados ya. Acaso el más célebre sea el de "ciberespacio", que define como "una alucinación consensuada experimentada diariamente por miles de millones de operadores legítimos en todas las naciones [...] Una representación gráfica de datos extraídos de las bases de todas las computadoras del sistema humano"[318].

318 W. Gibson, *Neuromancer*, Ace, Nueva York, 1984, p. 51. (La traducción es mía).

Para aproximarnos brevemente al concepto de "ciberpunk" una importante referencia es de nuevo Timothy Leary, quien analiza la etimología de la palabra, enfatizando la evolución lingüística del término "cibernauta" (del "kubernetes", que en griego clásico significa "piloto", al "gubernates" romano, equivalente a "gobernante") como un paso de la autonomía y la confianza en sí mismo al control y la obediencia, subrayando con Foucault que "la eliminación de los medios de expresar el disenso supone la eliminación de la posibilidad de disenso"[319]. A partir de estas premisas, Leary manifiesta su esperanza de que la era informática permita retornar al sentido original de "ciber" (al que la partícula "punk" añadiría el énfasis en la rebeldía y la libertad que se persiguen mediante el uso de la tecnología), fija uno de los lemas que adoptará esta corriente, "Piensa por ti mismo. Cuestiona la autoridad", y define consecuentementee al sujeto ciberpunk como un

> individuo hábil e ingenioso que accede y pilota (*steers*) la tecnología de conocimiento y comunicación en función de sus metas privadas, por placer personal, beneficio, principios o crecimiento. [...] Los ciberpunks son los inventores, los escritores innovadores, los artistas de la tecnofrontera, los directores de cine arriesgados, los compositores de iconos cambiantes, [...] los científicos autónomos, los tecnocreativos, los visionarios de las computadoras, los elegantes *hackers*, [...] los pilotos de pruebas neurológicas, los exploradores de los *media* –todos aquellos que audazmente producen y pilotan ideas ahí fuera donde aún nada ha sido pensado.[320]

La segunda nota alude a la creación en 1985 por Stewart Brand y Larry Brilliant de la célebre comunidad virtual *Whole Earth 'Lectronic Link* (WELL), que supone el temprano trasvase de la visión global del catálogo a la naciente red informática. Este pionero foro electrónico ha reunido hasta hoy a numerosos científicos, estudiosos, activistas, periodistas y demás personas interesadas en temáticas que van desde los deportes hasta la espiritualidad, la política y la programación (entre ellos

319 T. Leary, *Chaos and Cyberculture*, Ronin, Berkeley, 1994, pp. 55-56.
320 *Ibid.*, p. 67.

destacan John Perry Barlow y Mitchell Kapor, fundadores de la EFF, o Kevin Kelly, editor de la revista "*Wired*"). Su forma de organización interna, basada en el disenso, la irreverencia, la libertad de expresión y la responsabilidad (con el lema "You Own Your Own Words" -"Tú te responsabilizas de lo que dices"- como consigna clave), ha supuesto una referencia indispensable para posteriores comunidades virtuales[321].

La última nota será aún más concisa. Data de 2005 y es sólo un apunte del Discurso Inaugural de la Universidad de Stanford que pronunció uno de los fundadores del gigante informático Apple Computers, Steve Jobs (quien, por cierto, reconoce su pasada influencia ciberpunk), y que recuerdan claramente las palabras de Kay citadas más arriba:

> Cuando era joven, existía una publicación asombrosa llamada *Whole Earth Catalog*, que constituía una de las biblias de mi generación. [...] Era una especie de *Google* editado en rústica, treinta y cinco años antes de que este apareciera: era idealista y rebosaba de herramientas ingeniosas y de grandes ideas.[322]

3.1.2.7. ARPA y las protestas universitarias contra la guerra y la investigación militar

Concluye, pues, esta referencia al *Whole Earth Catalog* destacando que la influencia de Stewart Brand y su publicación resultará decisiva incluso en su ocaso, que supondrá la apertura de nuevas vías de

321 Ver: K. Hafner, *The WELL: A Story of Love, Death and Real Life in the Seminal Online Community*, Carroll & Graf , Nueva York, 2001.
Ver también: K. Hafner, "The Epic Saga of The Well", en *Wired*, número 5.05, mayo de 1997, p. 98.
Consultado en: http://www.wired.com/wired/archive/5.05/ff_well_pr.html (última consulta: 7 de septiembre de 2006).

322 Fragmento del Discurso Inaugural de la Universidad de Stanford, pronunciado por Steve Jobs el 12 de junio de 2005. Consultado en: http://news-service.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html (última consulta: 7 de septiembre de 2006).

experimentación cultural y de liberación política. En efecto, aunque continuarán apareciendo esporádicamente nuevos números del catálogo, en 1971 Brand se encuentra sobrepasado por su nivel de exigencia y deprimido por problemas personales y decide emprender una retirada a tiempo, para lo cual convoca el 12 de junio de ese año una fiesta de celebración de la desaparición de la revista, la *Whole Earth Catalog* "*Demise Party*". A ella acuden unas mil quinientas personas provenientes de distintos puntos de EE.UU. y al final de la misma, Brand anuncia que los veinte mil dólares que posee de fondo la publicación irán destinados al proyecto más interesante que se proponga esa noche. Tras una interminable discusión uno de los asistentes, llamado Fred Moore, se levanta y defiende que lo más importante es crear un proyecto que involucre y permita ayudar a mucha gente basándose no en el dinero, sino en la ayuda mutua y el *intercambio de información*:

> Si deseamos construir un cambio en un nuevo mundo en transformación, o como queramos llamarlo, una "nueva era", entonces este va a ocurrir porque vamos a cooperar y vamos a ayudarnos mutuamente [...] algunos sentimos que el comienzo de una unión de personas aquí esta noche es más importante que permitir que el dinero nos divida.[323]

Finalmente las ideas de Moore convencen al resto, y este es encargado de guardar el dinero y de coordinar el empleo que se le dará (parte de él será destinado, por ejemplo, al mencionado proyecto *Community Memory* de Berkeley), si bien John Markoff concede a este momento una importancia mucho más trascendental, contemplándolo como una suerte de *paso de testigo contracultural* de una generación a otra. En este sentido, el periodista afirma que las ideas lanzadas por Moore aquella noche y su propósito de crear una red de información que uniera a los movimientos políticos y a las distintas comunidades del país lo sitúan como un actor crucial en el desarrollo de la computación personal (incluyendo, muy a su pesar, el de multimillonarias empresas del sector) y como "el santo patrón no reconocido del movimiento de

323 Fragmento de la intervención de Moore extraído de la cinta de audio de la "*Demise Party*", citado en J. Markoff, *op. cit.*, pp. 197-198.

software libre"[324].

Ahora bien, la figura de Fred Moore y su cardinal influencia en la cultura y la política de la época no comienzan ni mucho menos en 1971, sino que se remontan a 1959 y nos permiten acercarnos desde sus orígenes a los movimientos contestatarios que se articulan fundamentalmente en torno a la oposición a la guerra de Vietnam y a la deriva cada vez más belicista de EE.UU. Estimo que esta constituye otra fértil vía de investigación si queremos ir más allá de las simplificaciones sobre el origen de Internet y demás innovaciones y explorar a fondo esta matriz *contracultural* de las transformaciones sociales y técnicas que vivimos hoy.

De este modo, en 1959 Fred Moore llega con diecisiete años a la Universidad de Berkeley para estudiar ciencias. Allí existe un tenaz movimiento estudiantil de objeción de conciencia al servicio militar (ya desde que una ley estatal de 1868 lo convirtiera en obligatorio) que unos meses antes de la llegada de Moore había logrado una aplastante victoria en el referéndum por la supresión del servicio militar obligatorio, si bien esta no se había formalizado aún por haberla paralizado burocráticamente el *Regents Committee* de la universidad. A los pocos días de su llegada escribe una carta al Fiscal General de EE.UU. informándolo de que no se alistaría en el servicio militar porque "yo sigo una ley más elevada -una ley llamada AMOR"[325]. La respuesta a su misiva le llega a través del Decanato de Estudiantes, que le da dos opciones, alistarse o abandonar la Universidad, ante lo cual este hijo de un coronel del Pentágono elige una tercera: Emprender a partir del 19 de octubre la primera sentada estudiantil pacifista (en solitario) en las escaleras del Sprout Hall, el edificio central de la Universidad de Berkeley. Mediante esta original forma de protesta, Moore demanda el reconocimiento de la objeción de conciencia militar y solicita el apoyo de sus compañeros en una hoja de firmas.

324 J. Markoff, *op. cit.*, p. 197.

325 Extracto de la carta enviada por Fred Moore a William P. Rogers, Fiscal General de EE.UU. el 1 de octubre de 1959 y reproducida en *ibid.*, pp. 34-35.

Su condición de hijo de un importante militar, unido a lo pionero de su protesta, atraen inmediatamente la atención del campus y, más allá, de la prensa nacional. A los dos días Moore abandona su sentada (planeada en principio para una semana entera) cuando su padre llega en avión y le cuenta que su madre está profundamente afectada por la protesta. En ese tiempo, no obstante, ha logrado que mil setecientos estudiantes firmen su petición, se ha ganado las simpatías de periódicos como el *San Francisco Chronicle*, que escribe un editorial contra el servicio militar obligatorio, e incluso provoca que al final de la semana el propio Gobernador de California, Edmund Brow, declare su oposición a ella. Cuando Moore regresa a Berkeley, tres años después, el *Regents Committee* ya había aprobado la objeción de conciencia para los estudiantes, pero lo más relevante es que "de hecho, la solitaria sentada (*sit-in*) de Moore constituye en muchos sentidos el acto político de apertura de los sesenta"[326].

En esta década la intervención directa de EE.UU. en la guerra de Vietnam (jamás declarada como tal) desencadena en los campus de todo EE.UU., pero de forma pionera y extraordinaria en los de California, una ola de protestas estudiantiles que van incrementando su organización, radicalidad y alcance a medida que se prolonga el conflicto armado hasta 1975. En este sentido destacan a lo largo de este periodo las manifestaciones antimilitaristas de grupos como el *Free Speech Movement* (FSM), el *Stanford Students for Democracy* (SDS), el *Pacific Studies Center* (PSC) y otros más radicales como los Yippies, con Jerry Rubin y Abbie Hoffman a la cabeza. Entre la multitud de estas actividades quiero enfatizar aquí aquellas que tienen que ver con personas pertenecientes a los grupos de investigación financiados por ARPA que he mencionado y, en general, con la investigación militar en el SRI. En este sentido, hay que señalar de entrada que, si bien tanto Engelbart como McCarthy no se implican directamente en las protestas contra la guerra, sí es de destacar que su visión de lo que quieren realizar con los proyectos de investigación que tienen entre manos nunca termina de casar perfectamente con las directrices de ARPA.

326 *Ibid.*, p. 38.

Por lo que respecta al ARC, conviene recalcar que este grupo nunca llega a realizar investigación alguna relacionada con la guerra de Vietnam en curso, lo cual se corresponde con la ya referida visión humanista de Engelbart de sus metas investigadoras. Igualmente, se han expuesto ya las dificultades de financiación que sufre este ingeniero a lo largo de los años sesenta, sólo salvadas por la confianza depositada en sus ideas por Robert Taylor. La salida de este de ARPA para trabajar en el PARC de Xerox implicará, consecuentemente, que las relaciones con la agencia se vuelvan gradualmente más tirantes hasta que en 1974 le sea retirada definitivamente la financiación al ARC. Resulta muy ilustrativo incluír aquí dos testimonios directos que antes de esa fecha permiten ya comprender hasta qué puntos las divergencias entre las formas de trabajar de unos y otros son harto profundas. El primero proviene de Dick Watson, un ex-profesor de Stanford que, poco antes de incorporarse al proyecto de Engelbart, es invitado por este a asistir a una reunión con oficiales de ARPA el seis de enero de 1972. Se extraen aquí algunas de las impresiones que este anota en el diario del grupo ARC tras el encuentro :

> El seis de enero del 72 tuve la primera oportunidad de corroborar mi hipótesis sobre las relaciones con ARPA cuando Doug me invitó a que asistiera a la visita de Larry Robert [director de la agencia] y Steve Crocker al ARC. La visita me dejó francamente pasmado. La comunicación entre ARC y ARPA acerca de los objetivos era inexistente. Larry comunicó claramente su desagrado con lo que creía que se hacía en ARC. [...] En mis cinco años de experiencia en ventas de investigación y desarrollo y en intermediación con compradores de toda clase, nunca había presenciado una sesión tan tensa.[327]

El segundo de estos testimonios lo brinda Jacques Vallee, un científico francés experto en comunicación que se incorpora ese mismo año a ARC para trabajar en la base de datos sobre la que se fundará el Centro de Información de ARPANET que Engelbart había prometido construir para el Pentágono. Este investigador francés lleva un diario de

327 Diario de ARC del 24 de enero de 1972, citado en *ibid.*, p. 213.

sus rocambolescas experiencias con sus compañeros que vierte posteriormente en una novela publicada en 1982 con el título "*The Network Revolution: Confessions of a Computer Scientist*", en la cual describe el siguiente episodio:

> La confrontación [con ARPA] se hizo evidente una tarde en la que el grupo, asolado por los conflictos, empujó todos los terminales hacia las esquinas y extendió una alfombra en medio de la sala principal. Había llegado la hora de una lluvia de ideas. Los programadores, con sus tejanos azules y sus camisas coloridas, se quitaron las sandalias y se sentaron en círculo. Se sacó una botella de vino, se liaron unos porros y comenzó una sesión de reflexión seria. Sin previo aviso la puerta de la sala se abrió y no fue a entrar otra persona sino el mismísimo director del SRI, con su traje gris y su corbata a rayas, al que seguían varios oficiales de alto rango del Pentágono, que habían venido en visita oficial a comprobar en qué se gastaba el dinero público bajo su jurisdicción. "Y este es nuestro proyecto ARC", comenzó a decir el director, sin siquiera mirar al interior. Entonces él miró, vio, olió, y cuando se percató de lo que era ese olor inconfundible, inventó algún tipo de excusa y se marchó apresuradamente. El proyecto ARC acababa de entrar en una crisis más.[328]

En cuanto al SAIL, sus negociaciones con ARPA no resultan tan conflictivas como las de Engelbart, si bien a medida que crece la oposición a la guerra de Vietnam comienzan a emerger diferencias insalvables entre ellos. Así, Jerry Feldman, que asiste a las reuniones con ARPA para acompañar a Les Earnest, sostiene varios enfrentamientos con Robert Taylor cuando este le advierte que, si la guerra de Vietnam así lo exigiera, tendrían que transformar sus robots, hasta ahora diseñados para misiones de rastreo en el espacio, en máquinas de matar. Ante la negativa rotunda y reiterada de Feldman a implicar al grupo en esas tareas (incluso aunque sólo se tratara de declaraciones de intenciones ante la prensa o el Congreso), Taylor amenazará con retirarle

328 J. Vallee, *The Network Revolution: Confessions of a Computer Scientist*, And/Or Press, Berkeley, 1982, p. 103, citado en *ibid.*, p. 212.

la financiación. Para corroborar la ambivalencia constante que marca la relación general de los investigadores informáticos de esta época con los militares de ARPA, estimo muy clarificadora esta afirmación del mencionado Alan Kay, uno de los más brillantes *hackers* del SAIL y del PARC:

> El 90 por ciento de las cosas buenas que puedo recordar que se hayan hecho en la ciencia de la computación se han realizado con la financiación de esa agencia. *La probabilidad de que hubieran sido financiadas por otro organismo es muy reducida*. La idea básica de ARPA consiste en encontrar a gente preparada, darles un montón de dinero y retirarse de su camino. Y si a los tres años no han obtenido buenos resultados, entonces los echan -y aquí "buenos" se refiere eminentemente a nuevo o interesante.[329]

A ello hay que añadir que el SAIL también acoge a una comunidad variopinta de *hippies* y *hackers* ("término burlesco y a la vez el mayor de los halagos", apunta el mismo Kay) cuyas extravagancias poco tienen que ver con la disciplina militar, tal y como relata el mencionado Stewart Brand en su artículo para la revista *Rolling Stone* de 1972[330]. En él el fundador del *Catalog* describe las actividades *nocturnas* del SAIL, cuyos ordenadores son empleados fuera del horario oficial con los más distintos propósitos y por los más dispares agentes: *Hippies* barbudos los aprovechan para llevar la contabilidad de su comuna, aficionados a la música elaboran una lista con los nombres de todas sus cintas, estudiantes universitarios y doctorandos redactan y diseñan con ellos sus ensayos y tesis e incluso los movimientos estudiantiles contra la guerra elaboran un programa informático para imprimir mecánicamente (con sólo añadir el nombre) cartas a los congresistas expresando su oposición a Vietnam. Finalmente, Brand describe cómo el SAIL acoge el 19 de octubre de 1972 las "Olimpiadas Intergalácticas de *Spacewar*", en

329 Cita extraída de S. Brand, "Spacewar. Fanatic Life and Symbolic Death Among the Computer Bums", en *Rolling Stone*, 7 de diciembre de 1972. Consultado en: http://www.wheels.org/spacewar/stone/rolling_stone.html (última consulta: 7 de septiembre de 2006) (La traducción y la cursiva son mías)

330 *Idem*.

las que unos veinte *hackers* de diferentes partes de California compiten en la guerra de aniquilación espacial por ordenador creada por Stephen Russell. Lo más significativo de su descripción es la atmósfera de cooperación entre los programadores y de diversión grupal, que contrasta con el estereotipo posterior del *hacker* como un ser asocial y aislado y con el devenir de la industria de los videojuegos, enfatizando a la vez de forma nítida la autonomía de los usuarios tecnológicos sobre sus propios (y sofisticados) *juguetes*. En este sentido resulta muy elocuente que Brand incluya en su artículo un anexo titulado "Tu propio *Spacewar*", en el que ¡publica los códigos del juego para que cualquier lector pueda copiarlos y reprogramar *Spacewar* a su gusto!. Ello supone una inmejorable muestra de lo extraño que resulta en esta época para los programadores del SAIL los conceptos de propiedad intelectual y patentabilidad del *software* (mucho más desde que SAIL se conecta a ARPANET donde, mediante un programa ftp, pueden acceder a los programas diseñados por el resto de centros conectados) que comienzan a imponerse sólo unos años después.

Ahora bien, las actitudes, creencias y valores descritos no han de entenderse como surgidos espontáneamente entre estos investigadores, como si estuvieran al margen de lo que sucede en los campus en esos años, sino que beben de la contracultura floreciente allí y entonces y, especialmente, de sus manifestaciones más radicales de oposición a la guerra de Vietnam. De hecho, conviene recordar de entrada que en la guerra de Vietnam todos los jóvenes estadounidenses podían ser llamados a filas en cualquier momento, de modo que para buena parte de los ingenieros y *hackers* del ARC y del SAIL su trabajo en estos proyectos oficiales significa una escapatoria legal de Vietnam. En cuanto a las protestas contra la guerra, estas comienzan ya desde los primeros años sesenta con actos del FSM o de los propios *Merry Pranksters* en Berkeley, mientras que alrededor de la Universidad de Stanford la radicalización empieza por el ámbito educativo, con la acción *off campus* de la *Free University* y con la creciente organización de los estudiantes universitarios en torno a grupos como el Stanford Workshop on Political and Social Issues (SWOPSI).

Ahora bien, a partir de 1968 la indignación contra la guerra crece enormemente y los estudiantes de Stanford pasan de una protesta general a cargar las tintas sobre las conexiones universitarias con la investigación bélica financiada por el Pentágono. Así, en octubre de ese año el SDS denuncia que en la Universidad y en su centro asociado, el SRI, se llevan a cabo proyectos militares relacionados con la guerra del Sudeste asiático y desde comienzos de 1969 agudizan sus exigencias de que se ponga fin a esta situación mediante una presión creciente sobre las empresas asociadas. El tres de abril de ese año se convierte en una fecha clave, dando lugar al nacimiento del *April 3rd Movement*, que reúne a catorce grupos radicales y liberales para exigir a la junta directiva de Stanford que suspenda toda investigación militar. La negativa de esta junta a actuar decide a novecientos antimilitaristas (entre los cuales se encuentra el mencionado Jerry Feldman, del SAIL) a tomar el edificio del Laboratorio de Electrónica Aplicada (AEL) el nueve de abril de 1969, donde para colmo descubren documentación que prueba que en el AEL se llevan a cabo investigaciones secretas relacionados con Vietnam y el Ejército de EE.UU. La solidaridad con este movimiento se expande por todo el campus hasta que el 22 de abril la Universidad de Stanford anuncia la suspensión de todos sus programas de investigación militar, poniendo así fin a la protesta. No obstante, el SRI apovecha su relativa independencia para continuar con sus programas, con lo que al mes siguiente reciben airadas visitas de cientos de estudiantes que tratan de bloquear sus oficinas centrales[331].

En 1970 la tensión alcanza su cota más alta en los campus estadounidenses, produciéndose bloqueos y muriendo estudiantes e incluso un investigador de un centro militar, al tiempo que el 10 de febrero de ese año la Universidad de Stanford conoce los enfrentamientos más duros entre la policía y cientos de estudiantes que toman el Centro de Computación del SRI y desconectan el ordenador central en protesta por la investigación militar que acoge este instituto y,

331 D. Pugh, "The Anti-War Movement at Stanford: 1966-1969", en *The Stanford Disorientation Guide*, Stanford, 14 de septiembre de 1999.
Consultado en: http://seas.stanford.edu/diso/articles/antiwar.html (última consulta: 7 de septiembre de 2006).

más concretamente, por el desarrollo en él de un programa de planificación bélica (descubierto a través de un doctorando que trabaja en dicho Centro de Computación).

3.1.2.8. Fred Moore y el Homebrew Computer Club

Concluye aquí, pues, el relato de las protestas universitarias contra la guerra de Vietnam y de su repercusión en los grupos de investigación estudiados previamente y hemos aún de retomar para cerrar este capítulo la figura de Fred Moore allá donde la dejamos unas páginas atrás, esto es, en los primeros años setenta tras la *Demise Party* del *Whole Earth Catalog*. ¿Es posible que este pionero de los movimientos pacifistas sea también uno de los impulsores de la apropiación popular del ordenador personal en la California de los setenta y precursor de la filosofía del posterior movimiento de *software* libre? En este punto se recorrerán algunas de sus actividades y propuestas que permiten sostener esta afirmación.

En primer lugar, hay que destacar que a comienzos de los setenta Menlo Park se ha convertido, en palabras de John Markoff, en "el punto cero en la búsqueda comunitaria"[332] que, según él, había evolucionado desde las protestas políticas contra la guerra y la cultura de las drogas de los sesenta hasta el surgimiento de una red de trabajo y experimentación acerca del uso liberador de la técnica (y, más concretamente, del ordenador personal) en torno al *Whole Earth Truck Store*, el *Portola Institute*, la *Free University* y la *People´s Computer Company*. Precisamente a esta última se incorpora Moore a comienzos de los setenta, contribuyendo a alimentar el ansia de los *hackers* que se reúnen en su centro por *llegar a construir su propio ordenador personal* y colaborando con la pionera labor docente de Bob Albrecht, quien, además, le ofrece los ordenadores de la PCC para implementar informáticamente la lista de correo de movimientos sociales que Moore viene proyectando desde hace años.

No obstante, cuando en 1975 la PCC se muestra reacia a

332 J. Markoff, *op. cit.*, p. 262.

continuar apoyando el cada vez más bullicioso movimiento que se crea en torno a su centro informático y anuncia que volverá a dedicarse exclusivamente a la edición, la vertiente más *activista*, representada principalmente por Moore y Howard Franklin, decide poner en marcha el *People´s Computer Center*. Dicho centro retoma la labor de experimentación técnica, de enseñanza y de intercambio de conocimientos acerca de los ordenadores personales y sigue brindando acceso público a terminales para que cualquiera pueda trabajar o jugar en ellas. Con el fin de superar las carencias económicas y técnicas que pesan sobre el centro y, asimismo, para fomentar el espíritu de compartición de ideas de la PCC, Moore lanzará una invitación a unirse al *Homebrew Computer Club* (HCC, "Club de Computadoras Caseras") cuyo escueto texto reza:

> ¿Estás construyendo tu propia computadora, [...] u otra clase de caja digital de magia negra? [...] Si es así, quizá quieras venir a un encuentro de personas con similares intereses. Intercambiar información e ideas, charlar, echar una mano en un proyecto, lo que sea...[333].

A partir de la primera reunión del 5 de marzo de 1975, el club comenzará a prosperar rápidamente, reuniendo a personas de toda la *Bay Area* (algunas de las cuales ya habían fabricado sus propios ordenadores), lanzando un boletín de noticias que Moore se encarga de editar[334] y auspiciando un importante intercambio de conocimientos y de ayuda. Al cabo de unas semanas de reuniones itinerantes (resulta significativo subrayar que la segunda de ellas tiene por sede el propio SAIL) el club acaba por tomar como punto de encuentro el auditorio del *Stanford Linear Accelerator*, capaz de albergar a los cuatrocientos *hobbyists*, como se los comienza a conocer, que se reúnen regularmente

333 Extracto del panfleto elaborado y repartido por Fred Moore y recogido en el primer número del boletín de noticias del HCC de 15 de marzo de 1975. Consultado en: http://www.digibarn.com/collections/newsletters/homebrew/V1_01/homebrew_V1_01_p1.jpg (última consulta: 8 de septiembre de 2006) (La traducción es mía).

334 Pueden consultarse los distintos números del boletín en: http://www.digibarn.com/collections/newsletters/homebrew/newsletters.html (última consulta: 8 de septiembre de 2006).

en torno al HCC. La *onda expansiva* de sus experimentos y de su decidida ambición por construir sus propios ordenadores personales llega incluso al PARC de Xerox, cuyos investigadores se consideran en ese momento los únicos capaces de oponerse a la tendencia industrial predominante, la de grandes máquinas centralizadas a las que se conectarían los usuarios en un régimen de tiempo compartido (lo que se conoce como *time-sharing computing*). De este modo, pese a las burlas de muchos de ellos hacia los *hobbyists* y la escasa potencia de sus máquinas (Kay llega a afirmar jocosamente que disfrutan de ellas sólo cuando están rotas, porque así sí pueden hacer algo con ellas), algunos ingenieros como Larry Tesler se percatan de que el grito de guerra de Ted Nelson "*Computer power to the people*" está comenzando a hacerse realidad[335].

Ahora bien, a medida que se incrementan los asistentes a las reuniones y el nivel de las discusiones, comienza a evidenciarse la existencia de dos vertientes bien diferenciadas: Una es la que representan el *alma mater* del grupo, Fred Moore, y otros *hackers* como Lee Felsenstein, quienes insisten en que el club no tiene que ver con intereses económicos (más allá de la *economía del don* y el trueque) y que lo más importante es la dinámica de compartición y cooperación que resumen en el lema "Devuelve más de lo que te llevas":

> En la cultura de los *hobbyists*, el *software* no constituía negocio alguno. De hecho, la idea de que los códigos fueran propiedad intelectual resultaba verdaderamente irrisoria para los experimentadores. Las instrucciones simplemente eran necesarias para imbuir de vida a las "máquinas"[336]

La otra vertiente sí que comienza a detectar las oportunidades de negocio que se derivan de la emergente industria de la computación personal y que les exigen dejar de lado el libre intercambio de los *hobbyists* para lanzarse a la apropiación privada de los conocimientos y a la búsqueda de cuantiosos beneficios económicos. No en vano unas

335 J. Markoff, *op. cit.*, pp. 251-253.
336 *Ibid.*, p. 281.

veintitrés importantes compañías informáticas, entre las que se incluyen Apple Computer, Osborne Computer, Cromemco y North Star, tienen sus raíces directa o indirectamente en la experimentación y el entusiasmo por las computadoras que encuentran su cauce en el HCC[337].

Cierro aquí este recorrido por las matrices culturales que configuran en gran medida las transformaciones sociales y el panorama de las industrias culturales en la actualidad. El examen que he realizado de cada una de ellas me reafirma en el convencimiento de que es imposible tratar de entenderlas de otra forma que no sea en su íntima y constante interrelación. Ahora bien, a esta afirmación hay que añadir, so pena de incurrir en una gravísima omisión, un tercer rasgo cardinal, que es el del radical conflicto existente entre estos dos vectores de cambio cultural, político y económico, el cual, desde mi punto de vista, constituye la clave para abordar algunas de las batallas sociales culminantes de nuestro tiempo. En este sentido, concluye este apartado con un enfrentamiento que John Markoff sitúa en el origen de una "tensión básica" que, según él, va mucho más allá del billonario sector informático para permear hoy todos los ámbitos de las industrias culturales (las compañías de música, las *majors* de cine, las grandes editoriales, etc.).

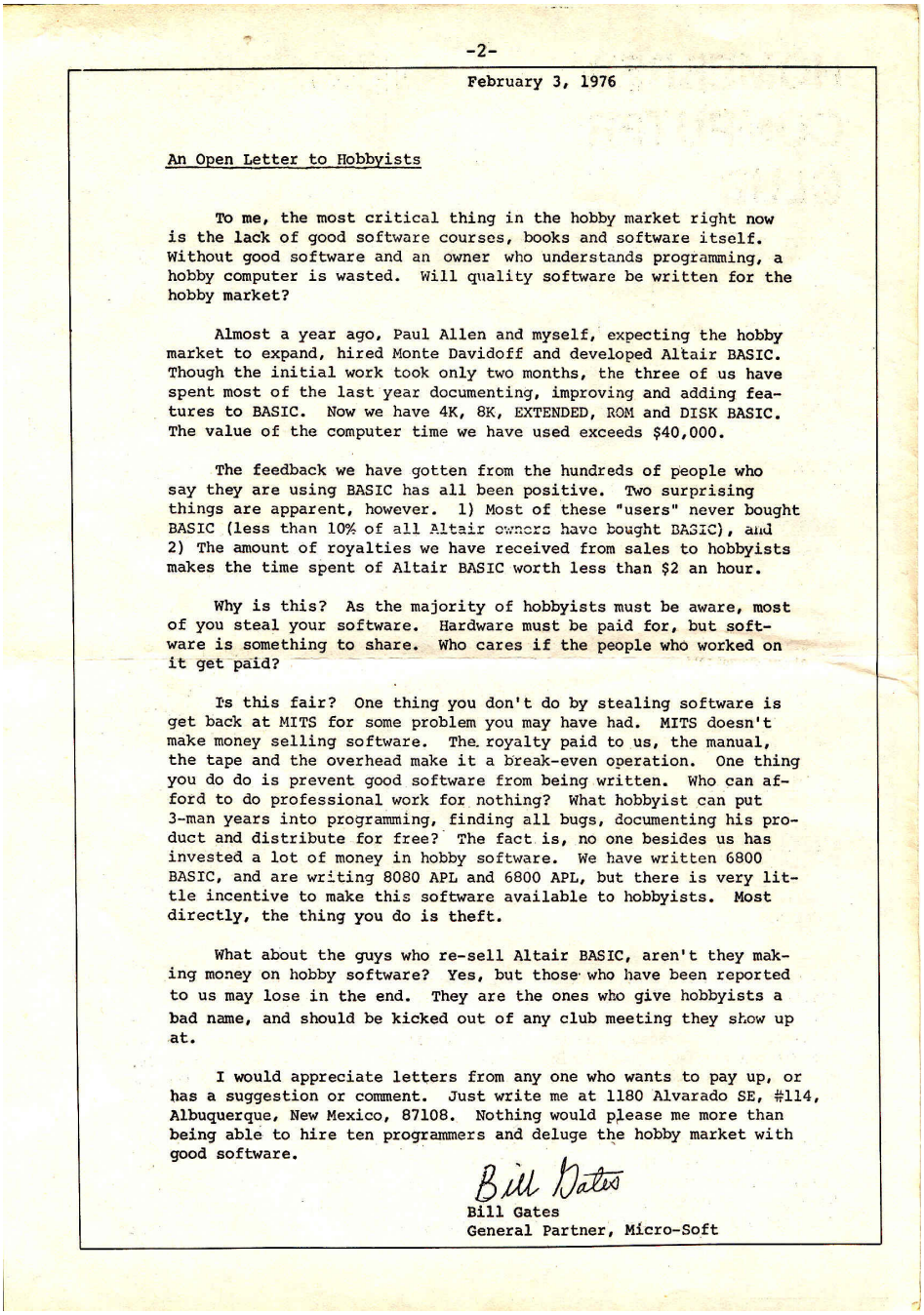
Todo comienza cuando una unidad móvil de la empresa MITS llega en 1975 a Palo Alto a promocionar el Altair 8800, el primer ordenador personal, para el cual dos jóvenes estudiantes de Harvard, Paul Allen y William Gates III, han escrito y registrado una versión de BASIC, el Altair BASIC, que constituye el primer programa comercial de la recién fundada Micro-Soft. La cuestión es que en medio del entusiasmo de la presentación en Palo Alto, alguien se lleva una copia del programa y este empieza a circular ampliamente entre los *hobbyists* que acaban de adquirir un Altair, los cuales no comprenden por qué han de pagar quinientos dólares suplementarios para disponer de un lenguaje de programación al que se puede acceder libremente en el mundo académico. En cualquier caso, el tres de febrero de 1976 el citado William Gates III escribe una carta airada al HCC , donde despliega una

337 *Ibid.*, p. 286.

serie de argumentaciones cuya traza puede detectarse perfectamente en los actuales discursos sobre la "piratería". Se trata tan sólo del comienzo de un profundo conflicto que marca la oposición entre dos formas de entender la cultura, la comunicación y la tecnología:

> El *hardware* sí se paga, pero el *software* ha de ser compartido. ¿A quién le importa si la gente que trabaja en él recibe un pago? [...] Lo que estáis haciendo es impedir que se escriban buenos programas. ¿Quién puede permitirse realizar un trabajo profesional a cambio de nada? ¿Qué *hobbyist* puede dedicar tres años de trabajo a la programación, la detección de los errores y la documentación del producto para después distribuirlo gratis? [...] En resumidas cuentas, *lo que vosotros hacéis se llama robo*.[338]

338 La carta fue publicada en el número 1 del segundo volumen (correspondiente a la reunión del 31 de enero de 1976) del *Homebrew Computer Club Newsletter*, editado por Fred Moore. Consultado en:
http://www.digibarn.com/collections/newsletters/homebrew/V2_01/index.html (última consulta: 8 de septiembre de 2006). (La traducción y la cursiva del extracto son mías).



-2-

February 3, 1976

An Open Letter to Hobbyists

To me, the most critical thing in the hobby market right now is the lack of good software courses, books and software itself. Without good software and an owner who understands programming, a hobby computer is wasted. Will quality software be written for the hobby market?

Almost a year ago, Paul Allen and myself, expecting the hobby market to expand, hired Monte Davidoff and developed Altair BASIC. Though the initial work took only two months, the three of us have spent most of the last year documenting, improving and adding features to BASIC. Now we have 4K, 8K, EXTENDED, ROM and DISK BASIC. The value of the computer time we have used exceeds $40,000.

The feedback we have gotten from the hundreds of people who say they are using BASIC has all been positive. Two surprising things are apparent, however. 1) Most of these "users" never bought BASIC (less than 10% of all Altair owners have bought BASIC), and 2) The amount of royalties we have received from sales to hobbyists makes the time spent of Altair BASIC worth less than $2 an hour.

Why is this? As the majority of hobbyists must be aware, most of you steal your software. Hardware must be paid for, but software is something to share. Who cares if the people who worked on it get paid?

Is this fair? One thing you don't do by stealing software is get back at MITS for some problem you may have had. MITS doesn't make money selling software. The royalty paid to us, the manual, the tape and the overhead make it a break-even operation. One thing you do do is prevent good software from being written. Who can afford to do professional work for nothing? What hobbyist can put 3-man years into programming, finding all bugs, documenting his product and distribute for free? The fact is, no one besides us has invested a lot of money in hobby software. We have written 6800 BASIC, and are writing 8080 APL and 6800 APL, but there is very little incentive to make this software available to hobbyists. Most directly, the thing you do is theft.

What about the guys who re-sell Altair BASIC, aren't they making money on hobby software? Yes, but those who have been reported to us may lose in the end. They are the ones who give hobbyists a bad name, and should be kicked out of any club meeting they show up at.

I would appreciate letters from any one who wants to pay up, or has a suggestion or comment. Just write me at 1180 Alvarado SE, #114, Albuquerque, New Mexico, 87108. Nothing would please me more than being able to hire ten programmers and deluge the hobby market with good software.

Bill Gates

Bill Gates
General Partner, Micro-Soft

3.2. Transformaciones sociales e industrias culturales

> La historia de la humanidad se describe habitualmente en términos de edades, cuyos nombres reflejan las etapas de desarrollo por las cuales ha atravesado: la edad de piedra, la edad del bronce, la edad del hierro, y así sucesivamente hasta desembocar en la era industrial que ha establecido los fundamentos de nuestra sociedad moderna. Hoy en día, suele admitirse cada vez más que hemos penetrado en una nueva era, una etapa postindustrial donde la capacidad de usar la información se ha vuelto decisiva, no sólo para la producción de bienes, sino también para los esfuerzos que tienden a mejorar la calidad de vida. A esta nueva se le llama, cada vez con mayor frecuencia, era de la información.[339]

Este esmerado texto con que IBM se anuncia en la revista "*Business Week*" a finales de los años setenta resulta muy ilustrativo para abrir este apartado en el que se recogen las aportaciones que diversos autores han realizado a la definición de las transformaciones sociales en curso para posteriormente delinear lo que aquí se ha denominado las "encrucijadas" con las que se encuentran actualmente las industrias culturales. La apelación de IBM a la sucesión de las "eras" y a la llegada de una "nueva" dan pie a reiterar que la concepción que en este trabajo se defiende huye conscientemente de este tipo de expresiones para insistir en la continuidad histórica de los procesos en los que dichas transformaciones sociales se enmarcan. Me inclino, pues, por la cautela ante los planteamientos que subrayan el paso a fases originales de civilización y la consiguiente conformación de diseños sociales plenamente inéditos, rescatando si acaso la idea que la mayoría de ellos sostiene acerca de la *coexistencia* o yuxtaposición de los distintos

339 Anuncio de IBM insertado en la revista *Business Week*, reproducido en A. Mattelart y S. Siegelaub (comps.), *Communication and Class Struggle. An Anthology in Two Volumes*, International General Editions, Nueva York, 1979, p. 18.

estadios que contemplan (llámense eras, entornos u olas). Finalmente, conviene recalcar que de todo lo anterior no se deriva, por supuesto, que se niegue la indudable profundidad y alcance de dichas mutaciones y que no se reconozca las *rupturas* e *innovaciones* que ellas conllevan.

3.2.1. Algunas concepciones de las transformaciones sociales actuales

A lo largo de las siguientes páginas se propone un repaso sintético de algunas de las concepciones teóricas que se juzgan más interesantes para interpretar las transformaciones sociales que se producen en nuestros días. Se opta para ello por organizar dicho recorrido en función de tres dimensiones de dichos cambios que se antojan esenciales, para a partir de ellas recoger las aportaciones que al respecto efectúan distintos autores. Dichas dimensiones son las siguientes: economía, cultura y política. Quedan a un lado otros aspectos de gran importancia como, por ejemplo, los cambios en la configuración espacial y en la estructura temporal, que autores como Manuel Castells o Javier Echeverría subrayan para sus respectivas teorías de la "sociedad-red" y del "tercer entorno", confiando en que las tres dimensiones elegidas provean un panorama suficientemente válido para plantear a continuación a qué retos dan pie con respecto a las industrias culturales

3.2.1.1. Transformaciones económicas

Hace ya unos años penetró con fuerza en los discursos sobre la denominada globalización una noción que, no obstante, fue desechada apenas un tiempo después, sobre todo con la crisis de las llamadas "empresas .com" y la deriva belicista emprendida por los más poderosos gobiernos occidentales: la de la "nueva economía". Pese a tan fugaz aparición, considero que hay buenas razones para insistir en la *novedad* que marca el devenir actual de una parte fundamental de la economía mundial. Y ello en la medida en que un importantísimo número de los intercambios que se dan en este momento histórico se basan esencialmente en la información y el conocimiento, pasándose de una

producción marcadamente material y física a otra de carácter inmaterial e intelectual.

En este sentido, el sociólogo Manuel Castells, en el primer volumen de su obra "La era de la información", subraya desde el inicio su caracterización de la sociedad actual como "informacional". Con este adjetivo, el autor aclara que, pese a que la información ha sido fundamental en la configuración social en cualquier época, en la actualidad esta adquiere un papel central, impregnando todas las esferas de la actividad social (no sólo las productivas, sino también la vida cotidiana en general): "la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico"[340]. De esta idea se deriva el concepto de "sociedad red" que da título a este primer volumen y que constituye un eje clave alrededor del cual giran las reflexiones del conjunto de su obra. En efecto, Castells afirma que el análisis de los distintos ámbitos de experiencia y actividad humanas muestra hasta qué punto predomina en este diseño social la lógica de la interconexión de su estructura básica, lo cual determina su conclusión de que "las funciones y los procesos dominantes en la era de la información cada vez se organizan más en torno a redes"[341].

A partir de aquí, el Catedrático de Urbanismo de la Universidad de Berkeley aplica igualmente el calificativo "informacional" a la economía, si bien le añade otro más, "global", rasgos ambos cuya base vendría dada por la revolución en las tecnologías de la información del último cuarto del siglo XX. El resultado de esta transformación es que los negocios se trasladan mayoritariamente al ámbito de las redes que se extienden por todo el mundo, impulsando unas actividades económicas cada vez más interconectadas y dotadas de "la capacidad de funcionar como una unidad en tiempo real a escala planetaria"[342]. En este punto,

340 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, p. 47.
341 *Ibid.*, p. 505.
342 *Ibid.*, p. 120.

insiste Castells en que el paradigma tecnológico actual es profundamente innovador, en tanto en cuanto no sólo se caracteriza por la centralidad del conocimiento y la información sino por el "círculo virtuoso" que supone "la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos"[343].

Un momento histórico que Castells destaca también en este profundo cambio económico es la crisis económica que EE.UU. y otras potencias occidentales experimentaron en la década de los setenta y que desencadenó una traumática reestructuración del sistema capitalista. De este modo, y aunque el autor albaceteño se apresura a descartar su relación causal (demasiado sincronizada y perfecta, a su entender) con el impresionante cambio tecnológico que emerge en esta época, sí que analiza de qué modo se combina con él para marcar la posterior evolución del mencionado sistema económico. En este sentido, especifica cómo las empresas reaccionaron a dicha crisis adoptando varias estrategias de acción, entre las cuales las volcadas en la innovación tecnológica no fueron las más privilegiadas, al ser su alcance fundamentalmente a largo plazo, optándose básicamente por cuatro estrategias de carácter inmediato: La reducción de los costes de producción (y en este sentido los primeros "ajustes" afectan a los trabajadores), el aumento de la productividad, la conquista de nuevos mercados y la aceleración de la rotación de capital, puntualizando Castells que entre estas cuatro se incidió especialmente en las dos últimas y que en todas ellas desempeñaron un papel más o menos relevante las nuevas tecnologías. No es de extrañar, pues, que la mejora y expansión de herramientas sofisticadas de comunicación se convirtieran en clave para este proceso (permitiendo, entre otras cosas, sincronizar las operaciones financieras a escala mundial) y que, junto a ello, se diera el pistoletazo de salida para un proceso de *desregulación* de los mercados y de eliminación de barreras para los flujos financieros que se desarrolla ya desde comienzos de la década de los ochenta.

343 *Ibid.*, p. 58.

Un actor al que el catedrático de Sociología no despoja en absoluto de importancia en este proceso, a diferencia de otros autores, es al propio *Estado*, que también en estos años reacciona lanzándose en muchos casos a procesos de *privatización* de sectores públicos decisivos, como las telecomunicaciones, los medios de comunicación o la energía, y colaborando activamente en la citada desregulación de los mercados y de los volátiles flujos de capital. Igualmente relevante resulta para este autor el compromiso de dichos Estados en estrategias de educación y de investigación y desarrollo (I+D) que contribuyan a dotar de personal cualificado y de respaldo tecnológico a estas dinámicas de reestructuración socioeconómica. De su análisis de todo este proceso, extrae Castells una conclusión muy clara: Pese a la insistencia en una ideología de mercados libres manejados invisiblemente, "la economía global e informacional es, en efecto, una economía altamente politizada"[344].

A partir de aquí, el autor describe una economía cuyos núcleos estratégicos se encuentran conectados y compiten en el ámbito global, lo cual los empuja a organizar a dicha escala la gestión de la producción y la distribución. De este modo, el proceso productivo se encuentra fragmentado a una escala que nunca concibieron Taylor o Ford, al ser habitual que un producto incorpore componentes fabricados en puntos muy distantes del planeta y por personas con muy dispar capacitación, los cuales posteriormente serán ensamblados atendiendo a segmentaciones específicas (nacionales, culturales, sectoriales...). Y a ello se ha de sumar el hecho de que dicho proceso no es asumido por una empresa aislada, sino que se lleva a cabo merced a numerosas alianzas estratégicas entre grandes compañías, las cuales a su vez se apoyan en una constelación de filiales, subcontratas y demás ramificaciones empresariales de menor dimensión que actúan de forma descentralizada. Todo esto nos sitúa ante un panorama corporativo que Robert Reich califica como "trama global": "La empresa eje ya no es una gran empresa, pero tampoco una colección de pequeñas empresas. Una empresa red es otra cosa. [...] No hay un dentro y un fuera de la

344 *Ibid.*, p. 117.

corporación, sino sólo diferentes distancias de su centro estratégico"[345]. De este modo el funcionamiento de dicha "empresa red" estará necesariamente marcado por la flexibilidad y el recurso central a las tecnologías de comunicación para gestionar la relación con los proveedores, coordinar todas y cada una de las fases del proceso productivo y adaptarse al volumen y las particularidades de la demanda.

Finalmente, de todo su análisis de las transformaciones económicas globales que se derivan de la confluencia de las NTIC y de la reestructuración del sistema capitalista, Castells concluye afirmando que "la estructura de esta economía se caracteriza por la combinación de una arquitectura duradera y una geometría variable"[346]. Con ello alude, por un lado, a una estructura cuya interdependencia no quiere decir que no se encuentre atravesada por enormes asimetrías y desigualdades, de modo que esta red económica se encuentra jerarquizada en torno a tres regiones centrales (Norteamérica, Europa y el Pacífico asiático[347]), a las que se contraponen amplias zonas empobrecidas y relegadas a la exclusión social y económica. En cuanto a la geometría variable, esta se refiere a una división internacional del trabajo en la que, según Castells, se pueden distinguir cuatro posiciones básicas que *no se corresponden con zonas geográficas concretas*, sino que organizan sus flujos merced a la infraestructura tecnológica informacional: los productores de alto valor (los que se encargan del trabajo informacional), los de gran volumen (centrados en tareas de bajo coste), los de materias primas y los productores "redundantes" (dedicados a los trabajos devaluados). De este modo, en la nueva estructura de la llamada "economía informacional" "todos los países se encuentran penetrados por las cuatro posiciones indicadas"[348].

Otros autores que reflexionan sobre las mutaciones sociales contemporáneas también coinciden en destacar algunos de los puntos

345 R. Reich, *El trabajo de las naciones*, Editorial Icaria, Barcelona, 1995, pp. 95-96.
346 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, p. 173.
347 Cuya vulnerabilidad ya apuntaba el autor en esta obra, no obstante.
348 *Ibid.*, p. 174.

referidos a la economía que el profesor albaceteño enfatiza en su obra "La era de la información". En este sentido, Alvin Toffler incluye entre sus visiones del futuro incluídas en "La tercera ola" la consideración de que para esa nueva civilización que él anuncia "la materia prima más básica de todas –y una que nunca puede agotarse- es la información"[349], afirmación sobre la que insiste Javier Echeverría en su obra "Los Señores del Aire: Telépolis y el Tercer Entorno": "en el tercer entorno (E3) [...] la materia prima a trabajar y explotar ya no es natural, sino artificial, y en concreto el conocimiento acumulado por los seres humanos. [...] En este sentido, *la artificialidad de E3 es constitutiva*"[350].

Más allá de esto, no obstante, los planteamientos de estos autores difieren en buena medida, partiendo del simple hecho de que el teórico estadounidense se inclina por predecir, en su defensa de la emergencia del "prosumidor" (mezcla de productor y consumidor) en la tercera ola, ni más ni menos que la desaparición del propio mercado en dicha ola, una vez que la segunda lo ha llevado a su punto de máxima expansión: "La especie humana se ha pasado por lo menos diez mil años construyendo una red de intercambio mundial [...] Hoy [...] *está llegando a su fin este proceso*"[351]. Echeverría, por contra, sí reconoce un papel preponderante del mercado en el nuevo espacio social que él define como E3, dedicando un apartado a caracterizar sus principales transformaciones, todas las cuales convergen, a su juicio, en la adaptación de los términos económicos manejados hasta el momento mediante la anteposición del prefijo "tele-" (telecapitales, teletrabajo, teleproducción, etc.), con el cual enfatiza su idea clave de la mediación general de la distancia en las relaciones sociales de E3. De esta manera, el profesor navarro insiste en la importancia decisiva de la construcción de redes financieras para la circulación global del "teledinero", en el abandono de la territorialidad como eje organizativo de las "empresas-red" y en la "expansión del capitalismo avanzado", reconociendo igualmente los desequilibrios que este acentúa a escala planetaria.

349 A. Toffler, *La tercera ola*, Plaza y Janés, Barcelona, 1997, p. 449.
350 J. Echeverría, *Los Señores del Aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Destino, Barcelona, 1999, p. 79.
351 A. Toffler, *op. cit.*, pp. 365-366. (La cursiva es mía).

Asimismo, destaca Echeverría la profunda relevancia que adquiere la construcción de *la imagen* de los actores económicos en el marco de unas relaciones tecnológicamente mediadas, así como su adaptación y movilidad a través de las "redes telemáticas", la búsqueda constante del incremento de velocidad de los flujos de información o la sofisticación y pericia en la manipulación de los datos que dejan como rastro todas las transacciones en este espacio: "los tesoros de la sociedad de la información se guardan en la memoria exenta y artificializada que caracteriza a E3"[352]. De todo este repaso me interesa retener, finalmente, una conclusión que recalca el también autor de "Telépolis", la de que no es acertado considerar la economía informacional como una categoría subsumida dentro del denominado "sector servicios". Para justificar esta idea, el autor aduce que ella posee una serie de características plenamente específicas (reticularidad, inmaterialidad, no recintualidad, diseminación espacial y temporal, etc.) y que además admite en sí misma la distinción sectorial clásica entre elaboración de materias primas (*software*, sistemas de telecomunicaciones), el comercio de información (redes telefónicas, televisivas, "teledinerarias", amén del comercio electrónico por Internet) y los propios "teleservicios" (navegadores, traductores o los mismos *servidores* que proveen la conexión a las redes electrónicas).

Ahora bien, uno de los autores que más tempranamente (y con ello me refiero a la primera mitad de los noventa, dado el ritmo vertiginoso de esta etapa) reflexionó sobre el impacto que acarrearía la reconfiguración de una economía que pasaba a fundarse sobre los gaseosos cimientos de la información es el mencionado cofundador de la EFF, John Perry Barlow. El título que eligió para verter dichas reflexiones no desmerece un ápice a su contenido por lo que respecta a capacidad de sugerencia, "*Selling wine without bottles: The economy of mind on the Global Net*" ("Vender vino sin botellas. La economía de la mente en la Red Global")[353]. Es por ello que estimo (y trataré de

352 J. Echeverría, *op. cit.*, p. 245.

353 J. P. Barlow, "Selling wine without bottles: The economy of mind on the Global Net", en *Wired*, nº 2.03, marzo de 1994, pp. 84-97. Consultado en: http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html (última consulta: 11

evidenciarlo) que la perspicacia con que este autor desmenuzó en 1994 las características esenciales de la información como nuevo eje económico justifica la atención que aquí se le dedica, por más que Barlow carezca de cualesquiera títulos de economista. Más allá, este texto supone una referencia teórica muy destacada por lo que respecta a la crítica a la propiedad intelectual y a la reconfiguración del trabajo creativo (sus modos, sus herramientas, sus materias primas, su remuneración, etc.), por lo que sus ideas estarán presentes igualmente en el punto 3.2.2.2.

El diagnóstico con el que el ex-letrista de la banda *Grateful Dead* abre este artículo no puede ser más inapelable: "estamos navegando hacia el futuro en un barco que zozobra". Si bien tal afirmación se refiere específicamente a la legislación de propiedad intelectual aplicada cada vez más expansivamente a las ideas -el vino-, en lugar de a sus soportes -las botellas-, resulta extensible a la reflexión económica que esgrimen legisladores, grandes grupos editoriales e incluso creadores y productores. A juicio de Barlow, todos ellos pasan por alto que hoy nos encontramos ante una mutación profunda del paradigma económico clásico, que él resume con la aseveración de que la mente humana está desplazando a los recursos naturales como la principal fuente de riqueza:

> Las nociones de propiedad, valor y posesión, así como la naturaleza misma de la riqueza, están cambiando de forma más radical que nunca antes [...] Sólo unas pocas personas son conscientes de la enormidad de este cambio, y entre ellas *aún menos son abogados u ostentan un cargo público*.[354]

A partir de estas premisas, el autor estadounidense defiende la idoneidad de abordar antes de nada una observación detenida y minuciosa de los rasgos que, "en su congruencia abstracta", permiten comprender algo más acerca de la tan destacada *información*, lo cual

de septiembre de 2006).

354 *Idem*. (La traducción y la cursiva son mías).

lleva a cabo en el apartado "*A Taxonomy of Information*". A continuación se recogen brevemente todas estas características en la consideración de que, pese a lo grandilocuente (y discutible) de algunas afirmaciones, todas ellas apuntan ideas que pueden ayudarnos a concebir con mayor precisión la citada economía informacional. Así pues, las tres propiedades básicas de la información que Barlow distingue de entrada son expresadas mediante las tres afirmaciones siguientes: La información es una actividad; la información es una forma de vida; la información es una relación. A continuación, se examinan las afirmaciones específicas que se desgajan de estas tres y las desarrollan.

a) *La información es una actividad*: De esta afirmación comienza por deducir Barlow que será más apropiado definir la información como un *verbo* que como un nombre (presuponiendo que este se refiere a "una cosa" identificable, tangible), lo cual implica ya que dicha información habrá de ser concebida como algo durativo (que se extiende en el tiempo) y no físico (que ocupa espacio). En este sentido, el poeta y ensayista se muestra de acuerdo con la definición del teórico de la Universidad Invisible de Palo Alto, Gregory Bateson, para quien la información consiste en "una diferencia que marca una diferencia" ("*a difference that makes a difference*")[355]. La tercera afirmación de Barlow abunda en esta idea al establecer que "la información ha de moverse" para mantener su *vitalidad*, con lo que hace referencia a que sólo su circulación permitiría realizar el potencial contenido en ella. En este punto el recurso a la prosopopeya que Barlow realiza a discreción deriva en una *naturalización* de índole cuasideterminista ante la cual conviene estar muy precavidos. Estas sospechas han sido manifestadas con precisión por el catedrático de Derecho de Stanford, Lawrence Lessig, al comentar un influyente escrito de Thomas Jefferson acerca de las ideas y de su posible apropiación. La inspiración de este texto, del que se cita aquí un extracto, es reconocible y *reconocida* en el propio artículo de Barlow.

> Si la naturaleza ha creado alguna cosa menos susceptible que todas las demás de ser objeto de propiedad exclusiva,

355 G. Bateson, *Mind and nature: A necessary unity*, Dutton, Nueva York, 1979, p. 99.

> esa es la acción del poder del pensamiento que llamamos idea, la cual puede poseer un individuo sólo si la guarda para sí; pero en el momento en que se divulga, se fuerza a sí misma a estar en posesión de todos, y su receptor no puede desposeerse de ella. Su peculiar carácter es también tal que nadie posee menos de ellas porque otros la posean íntegramente. Aquel que recibe una idea de mí, recibe instrucción para sí sin reducir la mía, del mismo modo que aquel que enciende su cirio con el mío, recibe luz sin dejarme a mí a oscuras.[356]

Considero que la corrección que Lessig efectúa a Jefferson es perfectamente extensible a las consecuencias que Barlow extrae de su tercera afirmación. Así, más allá de que este *founding fathe*r de EE.UU. reconozca de partida que una idea podría ser propiedad exclusiva de alguien mientras este no la divulgase una primera vez, el catedrático estadounidense objeta que Jefferson apela erróneamente a la "naturaleza" para argumentar inapelablemente que, una vez difundida, una idea no puede ser *excluyente*, esto es, que cualquiera puede usarla. Tal aseveración es "técnicamente" errónea para Lessig, quien repone que *se puede* muy bien excluir a otros del acceso a las ideas, bien manteniéndolas en secreto (como apunta el propio Jefferson), o bien difundiéndolas en un círculo cerrado y excluyendo al resto mediante las tecnologías apropiadas: "La facilidad y la efectividad de estas medidas dependen de la arquitectura de protección que un contexto dado proporcione"[357]. Más allá de ello, podría añadirse que el poder de mantener a los demás privados de las ideas ha constituido a lo largo de la historia una fuente de riqueza y de influencia que está en la base de la hoy tan traída y llevada "información privilegiada", lo cual, además, reconocerá el propio Barlow más adelante en una afirmación que, en

356 Carta de Thomas Jefferson a Isaac Mcpherson Monticello, fechada el 13 de agosto de 1813.
Consultada en: http://www.temple.edu/lawschool/dpost/mcphersonletter.html (última consulta: 11 de septiembre de 2006) (La traducción es mía).

357 L. Lessig, *Code and other laws of Cyberspace*, Basic Books, Nueva York, 1999. Consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter10/Ch10Part7 (última consulta: 11 de septiembre de 2006) (La traducción es mía).

cierto modo, contradice a esta, "la exclusividad tiene valor".

Antes de llegar a ella, no obstante, aún restan dos afirmaciones en este apartado que se analizan aquí juntas (por considerarlas en buena medida complementarias) y que marcan ya una ruptura trascendental con los postulados económicos previos: "La información se experimenta, no se posee" y "la información se transmite por propagación, no por distribución". La influencia de las reflexiones de Jefferson sobre Barlow es aquí nítida, llevando a este a insistir en que, a diferencia de los bienes físicos, para sacar provecho de una idea basta con acceder a su conocimiento (proceso nunca nominal -como si la idea fuera algo encapsulado-, sino verbal) y que, además, la forma de circular de esta la lleva a *dejar rastro* por donde pasa, sin necesidad de permanecer allí ni merma alguna para el que la propaga. La metáfora con que Jefferson lo expresa es tan acertada como bella "aquel que enciende su cirio con el mío, recibe luz sin dejarme a mí a oscuras". Esta característica es definida por Lessig mediante el concepto económico de "no rivalidad" ("*non-rivalry*"), que implica que, en este caso sí *por naturaleza*, el provecho que alguien extraiga de una idea no reduce un ápice el beneficio potencial que otra persona pueda obtener de ella, sin que exista tecnología alguna que permita privar al primero de su idea (ni parcial ni totalmente) una vez que la transmite al segundo. Esto que los economistas denominan consumo "no rivalitario" queda sintetizado en esta frase atribuída al Premio Nobel de Literatura de 1925, George Bernard Shaw: "Si tú tienes una manzana y yo tengo una manzana, e intercambiamos manzanas, entonces tanto tú como yo seguimos teniendo una manzana. Pero si tú tienes una idea y yo tengo una idea, e intercambiamos ideas, entonces ambos tenemos dos ideas".

b) *La información es una forma de vida*: Abundando en la prosopopeya informacional, el cofundador de la EFF se apoya en la célebre afirmación de Stewart Brand "La información quiere ser libre" (la cual posee, no obstante, una *coletilla* no tan célebre a la que se volverá en el punto 3.2.2.) para teñir de necesidad natural un proceso que está inmerso en aquella "artificialidad constitutiva" a que se refería Echeverría con respecto a E3. En este sentido, cita también al biólogo y

filósofo Richard Dawkins, quien creó el concepto de "meme" para designar patrones de información autoreplicantes que se propagarían por las "ecologías de la mente" como seres vivos, para añadir que las ideas son "expansionistas implacables" ("*relentless expansionists*").

A mi juicio, pues, van a ser los dos últimos rasgos los que más merece la pena rescatar de este apartado b), ya que en ellos el naturalismo se atenúa y permite retener dos dinámicas importantes de la información: su permanente *modificabilidad*, en la medida en que circula, y su *caducidad*[358] (la cual aumentaría en caso de que deje de circular). Ambas características resultan válidas en términos generales, si bien no son naturalmente necesarias, lo cual reconoce el propio Barlow al referirse, por ejemplo, a la perdurabilidad de las obras clásicas. En cualquier caso, interesa destacar la reflexión que el autor estadounidense realiza al hilo de la primera, por la cual equipara la información digitalizada con la de la cultura oral en la medida en que ambas carecen de "acabado final" y, por consiguiente, no se prestan a que les sea aplicada la noción de autoría. Dicha autoría, según él, surge básicamente con la aparición de la imprenta, la cual dota a determinados sujetos de la potestad de *fijar* la forma de una obra (lo que Barlow denomina su "empaquetamiento" -"*packaging*") y de arrogarse, a resultas de ello, el derecho "moral" sobre los usos ulteriores que se hagan de ellas. El cambio que se vislumbra con este rasgo de la información supone, a mi entender, otra de los grandes cismas que anticipa Barlow:

> Desde el Neolítico hasta Gutenberg, la información circulaba boca a boca, cambiando cada vez que se volvía a contar (o a cantar). Las historias que una vez moldearon nuestro sentido del mundo *carecían de versiones autorizadas*. Se adaptaban a cualquier cultura donde se contaran. Puesto que la narración nunca se plasmaba en escritura, el llamado derecho "moral" de los narradores a quedarse con sus cuentos no estaba protegido ni reconocido. [...] A medida que regresemos a la información continua,

358 Prefiero la palabra "perecibilidad", que además, se ajusta mejor a la expresión inglesa empleada por Barlow, si bien no la recoge el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

> cabe esperar que la importancia de la autoría disminuya. Puede que los creadores tengan que renovar sus vínculos con la humildad.[359]

c) *La información es una relación*: La primera de las afirmaciones con que Barlow ilustra este tercer enunciado básico nos devuelve a las concepciones del lector activo y copartícipe del proceso interpretativo que repasamos en el capítulo segundo: "El significado tiene valor y es exclusivo de cada caso". En efecto, el autor concede la máxima importancia a la relación que se establece entre cada uno de los "emisores" y sus correspondientes "receptores", la cual define como "única" y preñada de matices y rasgos variables y sutiles, hasta el punto de reconocerle de forma general al que recibe la información un papel tan creativo como el de aquel que la genera. Ahora bien, esta concepción choca frontalmente con la ambición mercantilizadora de dicha información, que ignora la importancia de la comprensión en su búsqueda de la homogeneización comercial: "De hecho,", apostilla Barlow, "en el sentido económico de la palabra, la información consiste en datos que han pasado por una mente humana particular y que esta encuentra significativos en un determinado contexto mental"[360].

Las tres siguientes afirmaciones suponen una revisión de los *criterios de valorización económica* que imperan en el ciberespacio, alguno de los cuales difiere significativamente de los que rigen para los bienes físicos. El autor estadounidense, así, subraya en primer lugar que el criterio clásico de la escasez como indicador del valor de un objeto queda ampliamente superado en un escenario informacional donde lo que suele primar económicamente es la *familiaridad*. En este punto, el ex-letrista de *Grateful Dead* se sirve de la propia experiencia de su banda, que desde los setenta no ponía objeción alguna a que sus fans grabaran y copiaran sus canciones, lo cual les reportó una enorme popularidad que "en vez de reducir la demanda de nuestro producto, se ha traducido en que ahora [por entonces] nuestros conciertos poseen el

359 J. P. Barlow, "Selling wine without bottles". (La traducción y la cursiva son mías).
360 *Idem*.

mayor poder de convocatoria de EE.UU"[361]. Al fin y al cabo, concluye, ¿qué le importaba a su grupo renunciar a cobrar por las copias cuando "nadie más que *Grateful Dead* puede interpretar una canción de *Grateful Dead*"[362]. De la Ley de los Rendimientos Crecientes que interviene en este proceso, y que supone una de las ruptura paradigmáticas con el modelo económico anterior, me ocupo brevemente cuando concluya el repaso del artículo de Barlow.

Ha de notarse que en ningún momento el poeta estadounidense se muestra tajante respecto al punto anterior, y ello se comprende de inmediato con su siguiente afirmación, que mencioné antes, según la cual "la *exclusividad* tiene valor". Efectivamente, lo afirmado en el párrafo previo se complementa con el hecho de que en un contexto de sobreabundancia informativa van a existir determinados conocimientos cuyo acceso exclusivo determinará decisivamente el valor que posean, desempeñando aquí el tiempo un papel clave. De este modo, aunque Barlow insiste en que los secretos más importantes *quieren* ser libres y por lo general salen a la luz, pueden tardar en hacerlo "el tiempo suficiente como para coadyuvar en la causa de sus primeros dueños"[363]. Junto a ello, avanza este autor una idea que diversos autores (entre ellos, el propio Lessig[364]) han retomado después, la del valor que tiene en esta economía el *prestigio* o, en palabras de Barlow, el "punto de vista y la autoridad". Retornando a ese mismo contexto de sobreabundancia informativa, el autor considera que aquellos editores que se ganen el respeto y la confianza de la gente podrán alcanzar buenos resultados económicos de los que nadie les podrá privar porque "de nuevo, el punto de vista es un activo que no puede robarse ni duplicarse"[365].

Finalmente, Barlow señala otros dos rasgos que caracterizan esta economía de las ideas. El primero de ellos alude a la importancia de

361 *Idem*.
362 *Idem*.
363 *Idem*.
364 L. Lessig, *op. cit.* Consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter12/Ch12Part1 (última consulta: 11 de septiembre de 2006).
365 J. P. Barlow, "Selling wine without bottles", *op. cit.*

proteger la ejecución, y no la idea en sí misma (en la creencia, criticada por el autor, de que basta con la originalidad de un concepto para recibir un salario vitalicio por él), y es sintetizado por Barlow con una de sus sentencias lapidarias: "En mi pueblo, nadie te concede mucho mérito sólo por tener ideas. Allí eres juzgado por lo que puedas hacer con ellas"[366]. En cuanto al segundo, estimo que de nuevo este escritor acierta plenamente cuando afirma que la información puede convertirse en recompensa de sí misma, inaugurando un nuevo ciclo económico basado en el trueque. En este sentido, el autor insiste en la transformación de dicha información en una fuente primordial de riqueza (como la posesión de tierras o la luz solar) para argumentar que actualmente adquiere definitivamente un valor intrínseco, más allá de ser un medio para alcanzar otros fines. Ello explicaría la explosión de cierto tipo de trabajo voluntario, cooperativo y no remunerado a través de Internet que, a juicio de Barlow, erraríamos en considerar como ejecutado *a cambio de nada*. En efecto, el ensayista afirma que dicho trabajo "les es pagado más bien en algo que no es dinero. Se trata de una economía que consiste casi enteramente en información [...] y si persistimos en modelar la economía sobre una base estrictamente monetaria, puede que incurramos en un grave error"[367].

Por último, interesa recoger en este apartado algunas notas de la reflexión sobre las mutaciones económicas en curso que provienen de la investigación colectiva promovida en los últimos años por la revista francesa "*Multitudes*", reflexión que parte de la conceptualización de estos procesos bajo el nombre de "*capitalismo cognitivo*". Esta noción es preferida por estos autores a otras más en boga como "sociedad de la información", "sociedad del conocimiento", "*net-economy*", "*new economy*" o "*knowledge-based economy*", elección que Emmanuel Rodríguez y Raúl Sánchez justifican en el prólogo de la edición castellana de "Capitalismo cognitivo" de esta forma:

> Como concepto político [el capitalismo cognitivo] señala menos la ineluctable transformación de un modelo técnico,

366 *Idem*.
367 *Idem*.

> como *la "puesta a trabajar"* -en ese sentido que indica la coacción y el sometimiento a una relación salarial- *de una nueva constelación expansiva de saberes y conocimientos*. Este "capitalismo cognitivo" es así hermano gemelo de un "capitalismo relacional" y de un "capitalismo de los afectos" que pone sobre la nueva cadena productiva el indeterminado conjunto de mediaciones sociales que lleva inaugurando y ampliando ciclos de negocio directo desde hace al menos treinta años.[368]

En primer lugar, destaca la revisión que emprenden Antonella Corsani[369] o Enzo Rullani[370] de conceptos básicos de la economía política, para la cual parten de un recorrido por aquellas vertientes innovadoras que desde los ochenta tratan de aprehender los últimos cambios económicos. Se trata de teorías como la del crecimiento endógeno (que incorpora recientemente nociones originales como la de "*wetware*", que alude al cerebro como herramienta productiva) o el evolucionismo económico que, partiendo de un abandono de los postulados de la escasez de recursos y de los rendimientos decrecientes, comienzan a reflexionar en términos de riqueza inmaterial, importancia de la innovación y la cooperación e intervención en la producción de agentes externos al mercado. En esta línea, todos estos autores inciden repetidamente en dos conceptos que se introducen a continuación, los "*rendimientos crecientes*" y las "*externalidades positivas*".

La Ley de los Rendimientos Crecientes de Adopción, a la que aludía previamente Barlow, surge del profesor de Stanford Brian Arthur[371], quien recurre a ella para respaldar su tesis de que una tecnología no es elegida por ser la mejor, sino que es precisamente su elección la que la determina que se convierta en la mejor. A esta

368 AA.VV., *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004, p. 14.

369 A. Corsani, "Hacia una renovación de la economía política. Antiguas categorías e innovación tecnológica", en *Capitalismo cognitivo*, pp. 89-98.

370 E. Rullani, "El capitalismo cognitivo, ¿un *déjà-vu*?", en *Capitalismo cognitivo*, pp. 99-106.

371 B. Arthur, "Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events", en *Economic Journal*, vol. 99, nº 394, marzo de 1989, pp. 116-131.

conclusión se llega a través de una argumentación que, considerando conjuntamente las economías de escala, el aprendizaje por la práctica y las externalidades derivadas de la red, acaba reconociendo que la implantación de la tecnología es directamente proporcional al descenso de sus costes y el aumento de su utilidad. Esta teoría, no obstante, relega al usuario a un papel pasivo en el proceso de innovación, lo cual da pie a su superación posterior por autores que defienden que la creatividad e innovación están íntimamente ligadas al propio uso y que, en consecuencia, "más individuos se comprometen en un proceso de adhesión/adopción y más crece la utilidad del bien en cuestión, y ello de manera más que proporcional. Los rendimientos de uso innovadores son-radicalmente- crecientes"[372].

En cuanto a las externalidades tecnológicas positivas, el concepto parte del economista Alfred Marshall, quien lo acuña para referirse a aquellos beneficios indirectos que se derivan para un tercer agente de una transacción efectuada entre otros dos en la que él no es partícipe. Más concretamente, Marshall lo aplicará para designar los efectos positivos que una empresa provoca en su entorno (en términos de accesibilidad, transporte, etc.), más allá de las transacciones monetarias o de la contribución fiscal que realice en él. En este sentido, Yann Moulier Boutang aduce que el concepto de externalidades habilita a la ciencia económica, "muy mal armada para tratar los problemas de interdependencia" (concepto central, entre otros, para Castells) para "abordar los problemas de intercambio y de coordinación en sistemas complejos en los que no existe una contrapartida monetaria regulada por los precios de mercado"[373].

Para finalizar, me refiero a uno de los fundadores de la revista, Maurizio Lazzarato, quien en 2000 publica en ella el artículo "*La molteplicità nella dinamica economica*"[374], el cual contiene algunas

372 P. Jollivet, "Los rendimientos crecientes", en *Capitalismo cognitivo*, pp. 149-151.
373 Y. Moulier Boutang, "Las externalidades", en *Capitalismo cognitivo*, p. 148.
374 M. Lazzarato, "La molteplicità nella dinamica economica", en *Multitudes*, nº 2, Exils, París, mayo de 2000.
Consultado en: http://multitudes.samizdat.net/La-molteplicita-nella-dinamica.html

claves muy sugerentes. Las preguntas que lo encabezan, de hecho, invitan ya a repensar completamente las categorías económicas al uso: "¿`Quién´ crea y cómo se produce la riqueza a día de hoy? ¿Cuáles son las fuentes y las fuerzas que intervienen en la creación de los nuevos valores?"[375]. Para emprender la búsqueda de respuestas a estos interrogantes, Lazzarato reivindica la figura de Gabriel Tarde, sociólogo francés nacido en el siglo XIX cuyas aportaciones al pensamiento económico han quedado relegadas al olvido, salvo en contadas excepciones. Según esta autor francés, el origen de la riqueza se halla en la *invención* (forma social de lo que él denomina la "Diferencia Universal"), mientras que la creación de valores se basa en la *imitación* (forma social de la "Repetición Universal"). De este modo nos encontramos ante una concepción productiva que se apoya en fuerzas no propiamente económicas y que trastoca esencialmente la comprensión que la economía política realiza del proceso de valorización, hasta el punto que Lazzarato apunta la ambición de Tarde ya a finales del siglo XIX por concebir una "ciencia general del valor".

Muy significativo resulta, en este sentido, que Tarde realice su crítica de Adam Smith y la economía política desde lo que Lazzarato juzga como una *inversión* del punto de partida del análisis económico (incluso del actual): "¿Cómo se hace un libro? No resulta menos interesante que saber cómo se elabora un alfiler o un botón"[376]. Este original enfoque, cuya relevancia podemos cifrar en su temprano interés por esta *industria cultural* editorial (antes incluso de que la Escuela de Frankfurt hubiera acuñado el término) que Lazzarato define como "paradigma de la producción posfordista", permite al sociólogo francés rebatir los cimientos de la concepción de la riqueza de Smith. Pues, efectivamente, en el caso de los libros la división del trabajo resultaría un obstáculo a su producción, la habilidad del obrero deviene un trabajo reproductivo (la producción material del libro) y su consumo (el de las

(última consulta: 12 de septiembre de 2006).

375 *Idem*. (La traducción es mía).

376 G. Tarde, *Psychologie économique*, Alcan, París, 1902, p. 91, citado en M. Lazzarato, "Tradición cultural europea y nuevas formas de producción y transmisión del saber", en *Capitalismo cognitivo*, p. 131.

ideas que contiene) se revela ya como *no rivalitario*, empleando el término económico al que Lessig alude:

> De hecho, la regla de los libros, es la producción individual, mientras que su propiedad es esencialmente colectiva; [...] *la idea del libro sólo pertenece exclusivamente al autor antes de ser publicada*, es decir, cuando todavía es desconocida para el mundo social. [...] No cabe duda que, en el caso de los libros, la libre producción se impone como el mejor modo de producción. Los resultados de una organización del trabajo científico que reglamentara legislativamente la investigación experimental o la meditación filosófica serían lamentables.[377]

El embate a los fundamentos de la economía política clásica (y de su concepción antagónica marxista) es, así, muy profundo, al defender el sociólogo un modelo productivo en el que, por un lado, *la invención y la cooperación* y, por otro, *la imitación*, constituyen, no sólo las fuerzas motrices del ciclo productivo, sino su propia dinámica interna. En este sentido, asevera el autor francés que los economistas "han decapitado su ciencia" al omitirlos de sus postulados y han incurrido consecuentemente en el "desafortunado error" de confundir capital material y capital intelectual y de absorber la invención en el concepto de "trabajo", y la producción material y la inmaterial en el término "producto", "confundiendo así los descubrimientos con su propagación"[378].

Por lo que respecta a los dos primeros términos mencionados, el sociólogo concede la misma importancia a la invención y a la cooperación, rechazando así una concepción meramente cognitivista de la innovación y reconociendo el valor de coaligar las "tentativas que por separado se revelan inadecuadas para alcanzar su objetivo". Consecuentemente, su definición de invención es muy amplia:

377 *Ibid.*, p. 92, citado en M. Lazzarato, "Tradición cultural europea y nuevas formas de producción y transmisión del saber", en *Capitalismo cognitivo*, p. 132.

378 G. Tarde, *La logique sociale*, Institut Synthelabo, París, 1999, p. 475, citado en M. Lazzarato, "La molteplicità nella dinamica economica".

"cualquier innovación o perfeccionamiento, incluso mínimo, aportado a una invención anterior, en cada uno de los fenómenos sociales, lenguaje, religión, política, derecho, industria, arte"[379]. En cuanto a la imitación, afirma Lazzarato que el pensador francés la despoja de las connotaciones negativas de estandarización y homogeneización para enfatizarla como una actividad también (re)creativa, "el cañamazo del cual emerge, a través de desplazamientos infinitesimales, una nueva invención"[380]. Finalmente, interesa subrayar que Tarde concibe esta imitación plenamente como *socialización* de las invenciones, esto es, como un proceso que rebasa con mucho los límites de la fábrica y se da tanto en una conversación, como en la publicidad, la adopción de una moda, los divertimentos sociales, etc. La conclusión que el sociólogo extrae de todo ello es plenamente rompedora: La potencia de producir riqueza reside en la multiplicidad de actividades y sujetos sociales (las "pequeñas ideas" de "pequeños hombres") y no en el acto prometeico del empresario o del "trabajador colectivo", recluidos en el ámbito estrictamente industrial. Maurizio Lazzarato sintetizará esta concepción de esta forma tan expresiva: "Todos inventan, todos trabajan" ("*Tutti inventano, tutti lavorano*")[381].

3.2.1.2. Transformaciones culturales

> El cielo prometido en otro tiempo por los curas de sotana negra es tomado de hecho por los astronautas de blancos uniformes. Asexuados, neutros, superburocratizados, los primeros hombres en salir de la atmósfera son las *vedettes* de un espectáculo que flota día y noche sobre nuestras cabezas, que puede dominar las temperaturas y las distancias, y que nos oprime desde lo alto como el polvo cósmico de Dios. [...] Y si los astronautas cristianos de Occidente y los cosmonautas burócratas del Este se entretienen con la metafísica y la moral laica -Gagarin "no

379 G. Tarde, *Les lois de l´imitation*, Éditions Kime, París, 1993, p. 2, citado en M. Lazzarato, "La molteplicità nella dinamica economica"..
380 M. Lazzarato, "La molteplicità nella dinamica economica".
381 *Idem*.

> vió a Dios" y Borman rezó por la pequeña Tierra- es en la obediencia a su "orden de servicio" espacial, donde deben encontrar la verdad de su culto.[382]

Resulta muy significativo que en plena *conquista del espacio* por parte de los dos bloques enfrentados en la guerra fría, surgiera un texto tan corrosivo como este, publicado tan sólo tres meses después del alunizaje del Apolo XI en 1969. En él no sólo se plasma una temprana clarividencia con respecto a la propaganda más rimbombante de ambos bloques y los propósitos involucrados en ella, sino que se percibe ya una ágil y perspicaz declinación de la crítica cultural que la Internacional Situacionista emprendió desde comienzos de esa década y, más particularmente, del texto más célebre que emanó de ella, "*La société du spectacle*", publicado por Guy Debord en 1967.

En esta obra, el filósofo situacionista propone un original enfoque de la sociedad que se conforma en su tiempo, la cual describe como alienada y mediatizada. De este modo dicha sociedad estaría determinada por la producción de experiencias y entretenimientos mediáticos que compondrían la trama de un omnipresente espectáculo, el cual es definido como "el *capital* a un grado tal de acumulación que se convierte en imagen" (tesis trigésimo cuarta sobre la sociedad del espectáculo)[383]. Según Debord, todo esto provoca una difusión de los límites de la realidad (entendida como constructo simbólico) y hace casi imposible la experiencia humana espontánea, genuina y significativa, desembocando en una suerte de falsificación que permea la vida social, alcanzando incluso los intersticios de lo cotidiano. Más aún, este espectáculo se presenta como la única forma posible de organización en la sociedad moderna y, en consecuencia, como el sostén de falsos mitos que conducen a la perplejidad de las masas y a la consolidación de las clases dominantes en el poder. De este modo subraya el pensador francés que su concepción de dicho espectáculo no se recorta a un conjunto de

382 E. Rothe, "La conquête de l´espace dans le temps du pouvoir", en *Internationale Situationniste*, nº 12, septiembre de 1969. Consultado en: http://sindominio.net/ash/is1207.htm (última consulta: 13 de septiembre de 2006).
383 G. Debord, *La société du spectacle*, p. 17.

imágenes, sino a la "relación social" que es mediatizada por ellas: "El espectáculo es el discurso ininterrumpido que el orden presente sostiene para sí mismo, su monólogo elogioso. Es el autorretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia"[384].

Ya en la década de los setenta encontramos a otro autor francés, Jean Baudrillard, que profundiza en la tesis de Debord y acuña a su vez nuevas nociones ("hiperreal", "simulacro") que calarán profundamente en la reflexión posterior sobre la cultura llamada *posmoderna*. De esta forma, en su ensayo titulado "La precesión de los simulacros", el pensador de Reims parte de la diferencia entre los verbos "disimular" ("fingir que no se tiene lo que se tiene") y "simular" (lo contrario, es decir, "fingir que se tiene lo que no se tiene")[385]. A partir de esta matización, el autor de "*La société de consommation*" hace notar que la abstracción básica de nuestra época no sería aquella que representa el mapa con respecto al territorio puesto que, según él, el territorio ha dejado ya de existir, siendo *reemplazado* por dicho mapa: "La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia […] sino que es *la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad*: lo hiperreal"[386]. A un estadio tal de desarrollo independiente de la imagen con respecto a su "referente" explica Baudrillard que se llega después de atravesar tres fases previas: una primera, en la que la imagen refleja una "realidad profunda"; una segunda, en la que lo que hace la imagen es enmascarar dicha realidad; y una tercera (la penúltima), en la que lo que enmascara no es una realidad profunda, sino la ausencia de ella.

En este sentido es en el que el filósofo habla de la "precesión del simulacro", subrayando que en la actualidad hasta el más mínimo de los sucesos no es interpretado en su correspondiente contexto temporal y social, sino que es sometido *ipso facto* al ajuste a una serie de modelos establecidos de antemano. Ello implica que dicho suceso quede atrapado en una sala de espejos mediáticos, la cual lo descompone en una infinidad de reflejos que constituyen, a juicio de Baudrillard, el "infierno

384 *Ibid*., p. 12.
385 J. Baudrillard, *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona, 1978, p. 12.
386 *Ibid*., p. 9. (La cursiva es mía).

de la simulación, que no es ya el de la tortura, sino el de la torsión sutil, maléfica, inacabable, del sentido"[387].

A partir de estas premisas, el autor nos confronta con una salida a esta situación, la cual pasaría por la inversión consciente de estos modelos mediante lo que denomina la "hipersimulación conformista". Ella consistiría en una actitud irónica de fidelidad y aceptación extremas del espectáculo por parte de "la masa", hasta el punto que la influencia de aquel quedaría desactivada y esta se convertiría en "agente exterminador" de esa cultura, en lugar de en su víctima: "Es grave equivocarse de estrategia. Todos los movimientos que sólo atienden a la liberación, a la emancipación [...] no comprenden que siguen la orientación del sistema, cuyo imperativo es hoy, precisamente, el de *superproducción y regeneración del sentido y de la palabra*"[388]. Consecuentemente con ello, y bebiendo de la sentencia de McLuhan acerca de que "el medio es el mensaje", el filósofo francés prescinde de atender al contenido de la cultura o de la información que transmiten los medios de comunicación, por considerar que él no es más que el soporte aparente de una operación de mediación más penetrante: "La subversión y la destrucción violenta son las respuestas al mundo de la producción. Las respuestas a un universo de redes, de combinatoria y de flujos son la reversión y la implosión"[389]. En este sentido, Baudrillard alcanza en sus análisis altas cotas de agudeza y brillantez para pensar en las implicaciones del espectáculo en la cultura contemporánea (y con una capacidad de reacción vertiginosa), si bien en ocasiones sus reflexiones resultan crípticas y acaso limitadas por aquella inclinación que criticaban Mattelart y Neveu[390] a contemplar el mundo desde una posición que lo reduce a un *collage* de signos y discursos, prescindiendo del resto de factores que dotan de densidad social a los procesos comunicativos.

387 *Ibid*., p. 43.

388 J. Baudrillard, "La implosión del sentido en los `media´ y la implosión de lo social en las masas", en J. Vidal-Beneyto, *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1979, p. 118.

389 *Ibid*., p. 94.

390 Ver nota 160.

Otro autor que detecta y disecciona con precisión los nuevos escenarios culturales surgidos de la conjunción de transformaciones sociales que implican a la imagen y a los nuevos medios de comunicación es Neil Postman, cuyo inicio de "Divertirse hasta morir" cité al comienzo de este capítulo. Estimo que algunas de las reflexiones que en esta obra recoge el autor acerca de la televisión resultan sumamente aclaratorias para aproximarnos, veinte años después, a nuestro universo simbólico más reciente. En este sentido, posee mucho interés, el recorrido histórico que Postman emprende de manera previa a su crítica a la televisión, recorrido en el que analiza el impacto cultural que supuso en EE.UU. la invención de la imprenta y la extensión de la alfabetización (incluídas las inquietudes que trajo aparejadas). Tal introducción histórica permite entender su análisis de la programación televisiva en un contexto de evolución social suficientemente dilatado como para percibir las similitudes entre estos cambios culturales y, sobre todo, las tremendas crisis que entrañan.

A continuación, Postman se concentra en una discusión en profundidad sobre los efectos perniciosos ligados a lo que denomina la "era del `*show-bussiness´*" y, así, comienza afirmando que su propósito es mostrar hasta qué punto "la televisión está transformando nuestra cultura en un vasto anfiteatro al servicio del negocio del espectáculo"[391]. De este modo, el pedagogo y estudioso de la comunicación construye un discurso heredero de las inquietudes acerca de los efectos de degradación y sometimiento ligados a la industrialización cultural, llegando incluso a alertar acerca del devenir de la democracia en un contexto como el que él describe, en el que "el Estado corporativo [...] controla el discurso a través de la televisión"[392].

En este sentido, y más allá de cierto tono catastrofista con respecto a "la televisión" en general, destaco aquí otro de sus principales caballos de batalla, que no es otro que el de la *desinformación* que traería consigo la gran proliferación de tecnologías y dispositivos de comunicación. Según él, toda esta sobreabundancia de información (y en

391 N. Postman, *op. cit.*, p. 85.
392 *Ibid.*, p. 145.

este punto resuenan los ecos de su comparación entre el "*Brave new world*" de Huxley y el "1984" de Orwell) produciría el efecto perverso de trastocar la percepción del mundo al impedir paradójicamente que el conocimiento que realmente es necesario sea accesible. Y ello, ya no por la intervención de la censura centralizada de un Estado omnímodo (recuérdese aquí la "ineficacia" de tales procedimientos a la que alude Huxley en la cita que cierra el punto 3.1.2.4), sino por el hecho de que dicho conocimiento queda sepultado por información engañosa, irrelevante y fragmentaria "en un entorno informativo que podríamos llamar de *trivial pursuit*"[393]. Adquiere, así, una amplia vigencia la interrogante que lanza Postman, la cual, en su extraordinaria simpleza, puede sintetizar bastante bien una de la cuestiones que debería ocuparnos al discurrir sobre los procesos de comunicación contemporáneos:

> ¿Con cuánta frecuencia ocurre que la información que recibimos por la mañana, sea por la radio, la televisión o la prensa, nos obliga a cambiar nuestros planes del día, o a hacer algo que de otra manera no hubiéramos hecho, o nos aporta alguna percepción sobe cierto problema que tenemos que resolver? Para la mayoría de nosotros, las noticias sobre el tiempo algunas veces tendrán tales consecuencias.[394]

Siete años después Postman retomará estas cuestiones aún con mayor preocupación en su obra "Tecnópolis", cuyo subtítulo proporciona una idea muy ajustada de la tesis sobre la cultura en la que va a insistir en el libro: "La rendición de la cultura a la tecnología". Partiendo de nuevo de varios siglos atrás para evidenciar los peligros culturales que conllevó la adopción escasamente crítica de ciertos dispositivos de comunicación, el profesor neoyorquino plantea a continuación la existencia de tres estadios culturales en función de la relación que mantienen con la tecnología. El primero sería el de aquellas culturas que se valen de herramientas para "resolver problemas urgentes específicos de la vida física" o también para "servir al mundo simbólico"[395]; el segundo estadio es el de las *tecnocracias*, donde las

393 *Ibid.*, p. 111.
394 *Ibid.*, p. 73.
395 N. Postman, *Tecnópolis*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 1994, p. 37.

herramientas dejan de estar al servicio de las culturas para afanarse en invertir los papeles y transformarse así ellas mismas en cultura; el último de los estadios, que él defiende que está plenamente implantado sólo en los EE.UU. de la época (esto es, *allí* donde él vive) es precisamente el que da título a la obra, el de la *Tecnópolis*, que supone el *summum* del anterior estadio, esto es, la constitución de una tecnocracia de índole plenamente totalitaria. En esta Tecnópolis la interrogante del párrafo anterior se manifiesta en toda su crudeza, por cuanto Postman asegura que ella conforma un "medioambiente" informativo donde los conocimientos a los que se accede carecen de cualquier tipo de conexión con las necesidades del ser humano, concluyendo de este modo que "Tecnópolis es [...] lo que le sucede a la sociedad cuando se han venido abajo sus defensas contra el exceso de información"[396].

Retornando a la inquietud acerca de la preeminencia de la imagen y el advenimiento de una sociedad cuyas relaciones sociales estarían cada vez más determinadas por el espectáculo, se recoge también en este apartado la reflexión que el citado Manuel Castells realiza al respecto. Efectivamente, en el primer volumen de "La era de la información" el sociólogo dedica parte de su atención a describir las mutaciones culturales que se articulan en torno al nuevo sistema electrónico de comunicación, las cuales sintetizará con su tesis de la conformación de lo que denomina "la cultura de la virtualidad real". Tal concepto es cuidadosamente delimitado de inmediato por el sociólogo de Albacete, no sin antes apresurarse a clarificar (basándose en las aportaciones al respecto de Baudrillard, Barthes y del propio Postman) que el más extendido de "realidad virtual" constituiría una redundancia, en la medida en que siempre se ha percibido y se ha actuado en la "realidad" en tanto que ella constituía una representación simbólica configurada (*codificada*) por el lenguaje y las metáforas que llevaba impresos por los seres humanos. Frente a tal noción equívoca, Castells defiende la de "virtualidad real" como un modo de aprehender el funcionamiento del mencionado sistema de comunicación electrónico

> en el que la misma realidad (es decir, la existencia

396 *Ibid.*, p. 98.

> material/simbólica de la gente) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que *se convierten en la experiencia*.[397]

A modo de ilustración de este concepto, que recuerda a la especulación de la que habla Baudrillard, Castells refiere el enfrentamiento de la campaña presidencial estadounidense de 1992 entre Dan Quayle, vicepresidente republicano, *y un personaje televisivo*, Murphy Brown, representación simbólica de la madre soltera y profesional en la serie homónima. Lo cierto es que este caso, cuya notoriedad fue bastante amplia en EE.UU., me sugiere otro ejemplo que se recoge aquí en la creencia de que se adapta también al concepto propuesto por Castells y puede servir para profundizar en las transformaciones culturales implicadas.

Lo cierto es que el ejemplo también parte de Dan Quayle y de la carerra electoral de 1992, cuando este candidato pronunció un discurso ante miembros del Departamento de Policía de Los Ángeles en el que se refería a los disturbios producidos en esta ciudad a raíz del veredicto de inocencia emitido el 29 de abril de ese año a favor de cuatro agentes acusados de apalear a un joven negro llamado Rodney King. En dicho discurso Quayle la emprendió contra un género musical cuyo éxito comercial y social (no sólo entre la población afroamericana) había crecido como la espuma desde comienzos de los noventa: el llamado (incluso como etiqueta comercial) "*gangsta rap*" ("rap gangster"). Concretamente, el vicepresidente recriminaba a la compañía Time Warner que se apoyara en la libertad de expresión para editar el disco del rapero Ice-T en el que se incluía un corte titulado "*Cop Killer*" ("Asesino de policías"). La cuestión es que, con el avance de la década, este género no haría sino consolidarse, superando no sólo al resto de estilos del hip-hop, sino a otros géneros musicales, y alcanzando astronómicas cifras de venta y un tremendo impacto cultural, mucho más allá de las fronteras

397 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, p. 406.

raciales donde surgió.

La cuestión que importa aquí es que dicho éxito se forjó gracias a cantantes que se esmeraban en adoptar (y, al mismo tiempo, en *crear* en buena medida) la apariencia, los gestos y el lenguaje violento, racista y misógino de los matones (el término "*thug*", "matón", está omnipresente en estas canciones). Algunos de ellos incluso llevaron tan lejos su actuación que *ejercían* de gangsters fuera de los escenarios, de forma especialmente trágica en torno a la zona de Compton (Los Ángeles) y a los dos bandas más sanguinarias que operan allí, los *Crips* y los *Bloods* (cuyos respectivos colores, azul y rojo, ostentaban dichos raperos habitualmente en su vestimenta). Lo más chocante de todo ello, más allá de los crímenes en los que pudieran verse envueltos algunos de estos cantantes, es que dichos crímenes eran sistemáticamente explotados a través de los *media*, contribuían a forjar su *reputación* artística e incluso eran públicamente reivindicados en canciones superventas. Analizo aquí brevemente los casos de tres de las más rutilantes estrellas del *gangsta rap*.

El primero alude a Snoop Doggy Dogg (hoy Snoop Dogg), cantante que vendió casi seis millones de discos de su álbum de debut, "*Doggystyle*"[398], publicado a finales de 1993. La cuestión es que en agosto de ese mismo año el cantante fue arrestado por el tiroteo que acabó con la muerte de un miembro de una banda rival e inmediatamente su compañía, *Death Row* ("Corredor de la muerte"), comenzó a dar mucha publicidad al caso, ocupando las imágenes del juicio durante meses la primera plana de varias cadenas musicales hasta que el cantante fue declarado inocente. Más aún, uno de los jefes de dicha productora, el también rapero Dr. Dre, dirigió la película "*Murder was the case*", en la que Snoop Doggy Dogg se interpretaba a sí mismo (si es que se puede encontrar sentido a tal expresión a estas alturas) y recreaba el tiroteo en el que participó y cómo realizó un pacto con el diablo para volver de

398 Según datos del *Nielsen SoundScan*, un sistema que recoge información sobre las ventas de productos musicales y de video en EE.UU. y Canadá. Sus informes son usados por la revista musical Billboard, y cadenas televisivas como la MTV o VH1. Más información en: http://www.soundscan.com/

entre los muertos. En 1995 la cinta fue lanzada al mercado junto al disco de la banda sonora (en el que Snoop Doggy Dogg interpretaba varias canciones donde también volvía sobre el suceso) y consiguió un importante éxito de ventas. No pocos han sostenido que esta *endiablada* "captura" de la realidad (nada menos que un turbio tiroteo y el juicio por el asesinato derivado de él) y su consiguiente inmersión en "un escenario de imágenes virtuales" de corte gangsteril por parte de los avispados productores de *Death Row* fue decisiva para aupar a un cantante desconocido acusado de homicidio a la cumbre de fama y ventas musicales (lo que, siguiendo a Castells, puede considerarse una interacción con "impacto significativo" en la realidad).

El segundo caso atañe a las dos superestrellas que arrebataron a mediados de los noventa el trono del *gangsta rap* a Snoop Dogg, Tupac Shakur y Notorious B.I.G. ("*Business Instead of Game*", "Negocios en lugar de juego"), cuyas trágicas historias son reconstruidas en el documental "*Biggie and Tupac*"[399]. El primero es el cantante de *rap* de mayor éxito comercial de la historia, con cifras de ventas astronómicas (más de cuarenta y cuatro millones de discos vendidos en EE.UU.[400] y se estima que varias decenas más en todo el mundo), y el segundo, que mantenía una controvertida relación de amor y odio con él (insisto, siempre mediáticamente hablando) llegó a vender más de diez millones de discos, según el propio Broomfield.

Al margen de la intensidad de su corta carrera artística (en la que combinó teatro, danza, cine, música y poesía), Tupac Shakur siguió en buena medida la estela del mencionado Snoop Dogg. En efecto, el rapero convirtió su turbulenta vida en un multimillonario filón espectacular al cantar y realizar videos musicales en los que recreaba,

399 Película de 2002 dirigida por el documentalista inglés Nick Broomfield y producida en el Reino Unido, la cual no se ha estrenado en salas comerciales en España.
Enlace ed2k://|file|BIGGIE.AND.TUPAC.2002.Broomfield.divx505.poopface.avi|735832064|EC5D47231A873156A4E5A9B8433F8FC7|/ (última consulta: 15 de septiembre de 2006).

400 Según el número de octubre de 2006 de la revista de hip-hop XXL Magazine (http://www.xxlmag.com).

entre otros episodios, el intento de asesinato que sufrió un día antes del juicio por abuso sexual al que se enfrentaba y su posterior estancia en la cárcel al ser declarado culpable. Del mismo modo, tras su salida de la cárcel Tupac apareció en varias galas musicales ataviado con un chaleco antibalas nada discreto e incrementó la beligerancia de sus exitosas letras, en las que amenazaba entre otros muchos al propio Notorious B.I.G. En este caso también hay que resaltar el oportunismo comercial *sui generis* de *Death Row*, cuyo director, *Suge* Knight, pagó el millón y medio de dólares de fianza que el juez impuso para la liberación del rapero (el disco precedente de Tupac había alcanzado el número uno de ventas mientras estaba en prisión) a cambio de que este grabara tres discos con su sello. Finalmente el 7 de septiembre de 1996 Tupac fue tiroteado desde un coche en marcha a la salida de un combate de boxeo en Las Vegas y murió pocos días después.

Por lo que respecta al segundo cantante, cuya infancia fue mucho más acomodada que la de Tupac, comienza su carrera en solitario en 1994 con su disco titulado ya "*Ready to Die*" ("Preparado para morir"), con el que alcanza un gran éxito por su originalidad y sus letras afiladas. En esta misma época comienza la colaboración artística entre Tupac y él, que graban varias canciones juntos hasta que el primero es tiroteado en noviembre de ese año y comienza a sospechar que Notorious B.I.G. tuvo algo que ver. A partir de ese momento comienza una rivalidad que se traslada al "escenario de imágenes virtuales" (si bien es Tupac el que destaca en este sentido), lo cual, a mi entender, se expresa en toda su crudeza en una entrevista televisiva que concedió Notorious B.I.G. a finales de febrero de 1997 y que reproduce Broomfield en su documental. En ella, al ser preguntado acerca de las sospechas sobre su implicación en el asesinato de Tupac, el rapero de Brooklyn rechaza tajantemente las acusaciones para añadir finalmente, entre risas: "Cuando me enteré, mi reacción fue más bien pensar: ¿Otra vez? ¿Sabes a lo que me refiero? A él siempre lo están disparando, así que simplemente pensé `Se recuperará, sacará unos cuantos discos sobre ello y todo habrá acabado´"[401]. Una semana después, también a la salida de una gala musical, este cantante será tiroteado desde un coche en

401 La traducción de este fragmento de "*Biggie and Tupac*" es mía.

marcha y morirá.

Dejando de lado el enraízamiento del rap con las condiciones de vida en los guetos de EE.UU. (un ejemplo claro lo constituye la moda de los pantalones caídos y las zapatillas abiertas, que provendría de la prohibición de llevar cinturón o cordones en la cárcel y que, de esta, se extendería posteriormente a los barrios negros y, hoy en día, a un amplio espectro de jóvenes de muchas zonas del mundo) y la calidad de la música de Tupac y Notorious B.I.G., estas historias me sugieren una reflexión final. Y es que durante toda su carrera artística a ambos raperos su fama les *precedió* (en el sentido de Baudrillard) hasta que finalmente acabaron siendo devorados por su propio personaje, con una muerte que se ajustaba al pie de la letra a las trágicas exigencias del guión gangsteril reservado para ellos. Las críticas que Spike Lee dirige en su película de 2001 "*Bamboozled*" contra el género musical del *gangsta rap*, al que equipara con los *minstrel shows*[402] o las *blackface performances* de antaño, espectáculos racistas y estereotipados en los que se denigraba a los negros para regocijo del público blanco[403], unidas a la constatación de que es ese mismo público el principal comprador de esta música, traen a la mente aquella célebre frase que pronunciara Mohammed Ali hace varias décadas: "*Boxing is a lot of white men watching two black men beat each other up*" ("El boxeo consiste en un montón de blancos que contemplan cómo dos negros se zurran uno a otro").

Después de este intento de aportar una ilustración sobre la imbricación de lo virtual y lo real en la cultura que surge del poderoso sistema de comunicación electrónico, resulta interesante recoger también

402 Kheven Lee LaGrone publicó ya en 1999 un completo y muy interesante artículo en el que analiza la evolución histórica de este género: K. Lee LaGrone, "The 90´s Minstrels", en *To the quick*, nº 1, Binghamton University, Nueva York, 1999. Consultado en:
http://to-the-quick.binghamton.edu/issue%201/minstrels.html (última consulta: 15 de septiembre de 2006).

403 M. Gilmer, "The controversy of race in Spike Lee´s Bamboozled", en Notcoming.com (revista electrónica), 2004, http://www.notcoming.com/features.php?id=9 (última consulta: 15 de septiembre de 2006).

de las reflexiones de Castells la caracterización que emprende de este nuevo "entorno simbólico" en el que se desarrolla la cultura descrita. De esta forma, el sociólogo comienza enfatizando "la gran fusión" simbólica que propicia la conformación de un sistema plenamente multimedia como consecuencia de la convergencia tecnológica entre informática, telecomunicaciones y medios de comunicación. Coincidiendo con él, Javier Echeverría destaca esta "integración semiótica" como una de las innovaciones más importantes del siglo XX, señalando la particularidad de que la traducción de los distintos mensajes al "metalenguaje" de las máquinas implica que "los mensajes que fluyen por el tercer entorno son ininteligibles para los sentidos humanos, teniendo que ser descomprimidos, desencriptados y decodificados para que vuelvan a ser signos inteligibles"[404].

En cualquier caso a Manuel Castells no se le escapa el papel fundamental que están asumiendo en este entorno simbólico las grandes compañías tecnológicas y de comunicación, las cuales, merced a amplios procesos de fusión y absorción, consiguen imponer en buena medida un "control empresarial" que, según el autor, marcará desde su nacimiento a la nueva cultura electrónica:

> A pesar de toda la ideología sobre el potencial de las nuevas tecnologías para mejorar la educación, la salud y la cultura, la estrategia prevaleciente apunta hacia el desarrollo de un gigantesco sistema de entretenimiento electrónico, considerado la inversión más segura desde una perspectiva empresarial.[405]

A partir de aquí, y sin dejar de reconocer la dificultad que entraña valorar las implicaciones del multimedia en la cultura, el sociólogo apunta algunas tendencias que considera predominantes al respecto. La primera de ellas es la "*extendida diferenciación social y cultural*", determinada por las estrategias de *segmentación* de los

404 J. Echeverría, *op. cit.*, p. 295.

405 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, p. 399.

emisores, pero también crecientemente por la orientación de los receptores hacia sus propios intereses y gustos que facilitan la interactividad y la amplitud de la oferta del sistema multimedia. La segunda es la "*estratificación social creciente entre los usuarios*" que Castells achaca, por supuesto, a la dificultad de acceso a este sistema de una gran parte de la población global, pero también a la muy desigual distribución de competencias y acceso a los conocimientos y la cultura requeridos para sacar provecho y participar de las posibilidades de dicho sistema:

> **Así pues, el mundo multimedia será habitado por dos poblaciones muy distintas: los interactuantes y los interactuados** [...] Y quién es quién será determinado en buena medida por la clase, la raza, el género y el país. El poder unificador de la televisión de masas (de la que sólo una diminuta élite cultural se escapó en el pasado) se reemplaza ahora por una diferenciación social estratificada, que lleva a la coexistencia de una cultura de medios de comunicación de masas personalizados y una red de comunicación electrónica interactiva de comunas autoseleccionadas.[406]

La tercera de dichas tendencias apunta a "*la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común*" que, según este autor, difumina decisivamente la distinción entre información, entretenimiento y educación, tanto por lo que respecta a sus contenidos, como en cuanto a sus formas y códigos expresivos, ya que "las noticias se construyen como espectáculos audiovisuales" o "los juicios se emiten como culebrones"[407]. Finalmente, Castells apunta un rasgo del multimedia que destaca sobre el resto y que consiste en que este "*captura dentro de sus dominios la mayor parte de las expresiones culturales en toda su diversidad*", integrando en su sistema no sólo texto, sonido e imagen fija y en movimiento, sino igualmente desdibujando la separación entre "cultura popular y erudita, entretenimiento e

406 *Ibid.*, p. 404. (En negrita, en el original).
407 *Idem*.

información, educación y persuasión"[408].

Esta referencia a la distinción entre cultura popular y cultura erudita (con las connotaciones relativas al poder que cada una conlleva) a finales del siglo XX no nos debería hacer ignorar las consideraciones que, respecto a su gradual solapamiento (y al peligro que conllevaba), formulaba Richard Hoggart en su ya celebrado "*The Uses of Literacy*". No hay que olvidar que en él este autor ya se proponía como objetivo claro de su investigación indagar "cómo las apelaciones de las publicaciones de masas mucho más ampliamente difundidas conectan con actitudes comúnmente aceptadas, cómo están alterando esas actitudes y cómo están encontrando resistencia"[409].

Junto a ello también se ha apuntado la fértil vía de investigación que al respecto abre el historiador Michel de Certeau desde 1968, y sobre todo a partir de su obra de 1974, "*La Culture au pluriel*", donde describe con toda precisión el proceso de absorción de cada vez más aspectos de las culturas populares por parte de la cultura establecida ya desde mediados del siglo XIX en Francia. En efecto, el autor describe de qué modo las culturas populares, en lugar de ser sometidas a una aniquilación imposible, son perseguidas y asfixiadas, en un primer momento, y posteriomente incorporadas, tras haberlas embalsamado convenientemente, al catálogo cultural legitimado para poder así celebrar "la belleza del muerto". Resulta bastante ilustrativo a este respecto un fragmento incluído en el análisis que, en el capítulo "*La beauté du mort*" de esta obra, emprenden de Certeau, Julia y Revel para identificar el origen represivo y policial del primer estudio sobre el género literario popular del cordel en Francia, la "*Histoire des livres populaires et de la littérature de colportage*" que publica Charles Nisard en 1854[410]. El mencionado fragmento pertenece al propio Nisard, quien en la primera página de su trabajo reconocía así la naturaleza del encargo que se le encomendó:

408 *Ibid.*, p. 405.
409 Ver nota 146.
410 C. Nisard, *Histoire des livres populaires et de la littérature de colportage*, Maisonneuve et Larose, París, 1968.

> Cuando, impactado por la influencia desastrosa que había ejercido hasta entonces sobre todas las mentes esta cantidad de malos libros que el *colportage* expandía casi sin obstáculo por toda Francia, M. Charles de Maupas, ministro de la Policía General, concibió y ejecutó el sabio designio de establecer una comisión permanente para el examen de estos libros (el 30 de noviembre de 1852), tuvo la bondad de invitarme a tomar parte de ella [...] Eso me dio la oportunidad de recopilar estos pequeños libros y estudiarlos con el más escrupuloso de los cuidados.[411]

Otro de los autores cuyas reflexiones sobre las mutaciones culturales en curso han sido ya citadas es Jesús Martín-Barbero, quien ahonda en este rechazo a la escisión entre cultura popular y "cultura masiva", estudiando manifestaciones como la propia literatura de cordel o *colportage*, en la que se combina la complacencia hacia los gustos e intereses populares con una forma de producción y distribución cuya dimensión es ya estrictamente masiva. De esta forma este profesor se suma a las tendencias investigadoras que rastrean en el siglo XIX las primeras interpenetraciones claras entre las culturas populares y la masiva o establecida, con lo cual se alejan de la tentación de "hacer de la tecnología la causa necesaria y suficiente de la nueva sociedad -y por supuesto de la nueva cultura-"[412]. Ahora bien, nada más lejos de la idea del autor que concebir dichas relaciones como si de meros intercambios pacíficos se tratara, sino que en este punto coincide con de Certeau al identificar las matrices culturales profundamente conflictivas que hay en la raíz de estos procesos.

A partir de aquí, el investigador abulense se interesa por las manifestaciones más agudas de este proceso de "enculturación" que se desarrolla plenamente ya en el siglo XIX, las cuales son, a su juicio, la transformación del *sentido del tiempo* y en la del *saber y sus modos de transmisión*. Por lo que respecto a la primera, implica la abolición de una

411 *Histoire des livres populaires*, p. 1, citado en M. de Certeau, *La Culture au pluriel*, p. 46.

412 J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 31.

concepción temporal popular que se basaba en el ciclo y giraba en torno a la *fiesta* como momento fuerte en torno al que se organizaban el resto de acontecimientos y, como contrapartida, la imposición de un tiempo lineal que se ajusta *como un reloj* a los ritmos de la producción industrial y que, lejos de eliminarla, produce "la transformación de la fiesta en *espectáculo*: algo que ya no es para ser vivido, sino mirado y admirado"[413]. En cuanto a la segunda transformación, pugna por implantar una cosmovisión basada en la razón y caracterizada por ser vertical, uniforme y centralizada, para lo cual resulta imperativo proscribir la concepción horizontal, ambivalente y descentralizada de las culturas populares, y ello a través de dos movimientos complementarios, la persecución de brujas y la instauración de la escuela. Ante esta traumática enculturación la resistencia que van a plantear las clases populares va a basarse, para Martín-Barbero, en aquello que E. P. Thompson planteaba en su obra "Tradición, revuelta y conciencia de clase"[414], esto es, que en este momento histórico las luchas sociales se reorientan hacia los propios elementos de la cultura dominante, reformulando a su manera las tradiciones, la moral y las formas de comunicar de esta: "Desde mediados del siglo XVIII la cultura popular vive una aventura singular: amenazada de desaparición va a ser *al mismo tiempo tradicional y rebelde*"[415].

En este sentido, Martín-Barbero remite a la propuesta metodológica de Raymond Williams para pensar la dinámica cultural de nuestro tiempo, en la cual el profesor galés concibe una "topología de las formaciones culturales" con tres "estratos" diferenciados: uno primero denominado "*arcaico*", que designa a aquellos elementos del pasado que una cultura conserva "*en cuanto a pasado*", esto es, como carentes de influencia en su dinámica actual; un estrato "*residual*", compuesto igualmente de elementos heredados de etapas anteriores pero que, a diferencia de los arcaicos, sí que se mantienen vivos, *presentes*, en la actualidad; y un último estrato, llamado "*emergente*", que agrupa las

413 *Ibid.*, p. 100.
414 E. P. Thompson, *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979.
415 J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, p. 108. (La cursiva es mía).

prácticas y los significados innovadores[416]. Para Martín-Barbero, la clave de este paradigma está representada en la ambigüedad que encierra lo residual, ya que en él coexisten elementos "incorporados a la cultura dominante o *recuperados* por ella" y otros que mantienen su carácter conflictivo y se combinan con lo emergente para expresar contradicción y resistencia respecto al orden establecido.

Abundando en estos cambios culturales que subraya el profesor abulense, así como en el cuestionamiento de la escisión entre cultura popular y cultura dominante, se incluyen finalmente algunas reflexiones que ha planteado al respecto otro de los destacados autores de los estudios culturales sudamericanos, Néstor García Canclini, en su obra "Culturas híbridas". Como el resto de autores mencionados, este investigador se detiene en primer lugar a considerar mediante qué operaciones científicas y políticas se viene construyendo desde al menos el siglo XIX "la puesta en escena de lo popular", la cual habría desembocado en un esencialismo representado por parejas de conceptos opuestos maniqueamente como culto-popular, moderno-tradicional o hegemónico-subalterno. Para ello Canclini recorre históricamente las aproximaciones a de lo popular provenientes del folclor y la museificación, de las industrias culturales y de los populismos políticos de distinto signo.

De dicho recorrido extrae el profesor argentino la conclusión de que acaso la denominación de "culturas populares" haya quedado superada por el estallido de las categorías y conceptos a los que se recurría para tratar sobre ella, ante lo cual defiende la idoneidad y mayor complejidad de la noción de "*hibridación cultural*": "*entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas*"[417]. Para profundizar en dicha noción García Canclini propone un repaso por lo que considera los tres

416 R. Williams, *Marxism and Literature*, Oxford University Press, Nueva York, 1977, pp. 122-126.

417 N. García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Paidós, Buenos Aires, 2001, p. 14.

desplazamientos clave que la caracterizan: la descolección, la desterritorialización y la *impurificación* de los géneros.

El primer desplazamiento alude a la quiebra y a la mezcla entre las colecciones que desde siglos atrás *limpian, fijan y dan esplendor* a las distintas manifestaciones culturales y artísticas, las cuales quedan de esta forma convenientemente clasificadas y jerarquizadas. Hoy en día, argumenta este autor, dichas divisiones estrictas entre lo culto y lo popular (y entre ellos y lo masivo, añade) se desvanecen a un ritmo frenético, en un proceso que es espoleado por la disposición cada vez mayor de dispositivos de reproducción que permiten entremezclar las colecciones y los catálogos que antes permanecían rigurosamente separados. En este sentido, el profesor argentino destaca el empleo de las fotocopiadoras (hasta el punto de citar a Monsiváis cuando se refiere al "grado xerox de lectura"[418]) y los videos domésticos, así como la influencia profunda de los videoclips y, sobre todo, de los videojuegos, en los que reconoce uno de los desplazamientos culturales clave de nuestra época, caracterizándolos como "la variante participativa del videoclip"[419], todo ello sin dejar de destacar las importantes *asimetrías* que determinan la producción y los distintos usos de dichas tecnologías culturales. En este punto, el autor insiste en algo que ya declaraban los investigadores mencionados previamente: "La coexistencia de estos usos contradictorios revela que las interacciones de las nuevas tecnologías con la cultura anterior las vuelven parte de un proceso mucho mayor del que ellas desencadenaron o del que manejan"[420].

El segundo desplazamiento declina en el ámbito cultural contemporáneo aquello que Martín-Barbero aplicaba a la comunicación, esto es, el doble movimiento complementario entre desterritorialización y reterritorialización. Dicho movimiento lo identifica Canclini en los

418 C. Monsiváis, "Lectura y globalización: Elogio (innecesario) de los libros", en *Número*, nº 41, Bogotá, verano de 2004. Consultado en: http://www.revistanumero.com/41/41lect.htm (última consulta: 20 de septiembre de 2006).
419 N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 279.
420 *Ibid.*, p. 281.

procesos por los cuales las culturas se desarraigan de los territorios geográficos y sociales que les eran propios a la vez que experimentan nuevas combinaciones territoriales en las que las viejas y las nuevas producciones simbólicas se reorganizan de modos inéditos. Dichos procesos están influidos de forma decisiva, a juicio de este autor, por la superación de los paradigmas que relacionaban indisolublemente lo popular con lo nacional y que equiparaban cualquier influjo internacional a una maniobra de imperialismo cultural, reduccionismos cuya insuficiencia se muestra a las claras en el contexto de "un sistema industrial, tecnológico, financiero y cultural, cuya sede no está en una sola nación sino en una densa red de estructuras económicas e ideológicas"[421].

Igualmente a dicha desterritorialización contribuyen los amplios movimientos migratorios multidireccionales y protagonizados por gentes de todos los sectores sociales, destacando Canclini en este sentido la emergencia de reflexiones innovadoras y ricas sobre los procesos culturales que se gestan en torno a la frontera de México con los EE.UU. La cuestión es que este profundo desplazamiento territorial pone en crisis dos conceptos fundamentales de la teoría social, la *comunidad* y la *oposición centro-periferia*. La primera, convencionalmente asentada sobre un territorio concreto, es ahora redefinida a través de notables distancias, sirviéndose para ello de dispositivos tecnológicos, como refleja la atención que Castells presta a la formación de "comunidades virtuales" o, más concretamente, aquel ejemplo citado por Canclini en el que un grupo de migrantes de un pueblecito sudamericano que trabajaban en EE.UU. compraron una grabadora y cada año reunían dinero para que uno de ellos acudiera a las fiestas del pueblo y les trajera de vuelta todas las nuevas canciones y poder seguir así *compartiendo* desde EE.UU. la cultura de su comunidad originaria. En cuanto a la segunda oposición, es quebrada por la estructura del sistema descrita unas líneas más arriba por el profesor argentino, quien apela en cambio a la necesidad expresada por Roger Rouse de "una cartografía alternativa del espacio social" en las que el acento esté puesto en las nociones de

421 *Ibid.*, p. 283.

circuito y frontera[422]. De ahí parte la apuesta de Canclini por examinar las *culturas fronterizas* (especialmente en torno a la ciudad de Tijuana[423]), inspirándose para ello en las reflexiones que sobre estos espacios elaboró de Certeau durante su etapa docente en California, poco antes de su muerte:

> Parece que toda identidad definida por el estatuto y por el lugar (de origen, de trabajo, de hábitat, etc.) fuera reducida, si no barrida, por la velocidad de todos los movimientos. Se sabe que no hay documento de identidad en los EE.UU.; se lo reemplaza por la licencia para conducir y la tarjeta de crédito, es decir, por la capacidad de atravesar el espacio y por la participación en un juego de contratos fiduciarios entre ciudadanos norteamericanos.[424]

Por último, García Canclini se detiene a analizar la emergencia de géneros impuros de gran calado significativo y expresividad, entre los cuales destaca especialmente el *graffiti* y las historietas o *cómics*. En ellos identifica el investigador todo el potencial de la mezcla de géneros artísticos previamente independientes y de la combinación de personajes, temas y formas expresivas provenientes tanto de la literatura o la pintura cultas como del folletín popular o la publicidad. En cualquier caso, volveremos sobre estas reflexiones en el punto 4.2.4 al tratar sobre el *graffiti*.

Concluye este repaso de las concepciones que estimo más inspiradoras acerca de la mutaciones culturales que experimentamos actualmente citando la reivindicación que lanza el estudioso argentino para abordar el complejo panorama que describe en sus páginas:

> Aunque a menudo responda a exigencias del mercado, o

422 R. Rouse, "Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism", en *Diaspora*, vol. 1, nº 1, primavera de 1991, p. 9.

423 N. García Canclini y Patricia Safa, *Tijuana: La causa de toda la gente*, INAH-ENAH-HUAM-Programa Cultural de las Fronteras, México, 1989.

424 M. de Certeau, "Californie, un théâtre de passants", en *Autrement*, nº 31, abril de 1981, p. 10-18, citado en N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 286.

> este la expropie, [...] el campo cultural puede ser todavía un laboratorio. Lugar donde se juega y se ensaya. Frente a la `eficiencia´ productivista, reivindica lo lúdico; ante la obsesión lucrativa, la libertad de retrabajar las herencias sin réditos que permanecen en la memoria, las experiencias no capitalizables que pueden librarnos de la monotonía y la inercia. [...] *Ironía, distancia, reelaboración lúdica* son tres rasgos *fecundos* de las prácticas culturales modernas.[425]

3.2.1.3. Transformaciones políticas

A lo largo de las páginas previas y de forma más o menos directa, ha estado presente la cuestión política en el contexto de los cambios sociales que se desarrollan en estos años. En este sentido se ha prestado especial atención a las transformaciones que experimentan tanto el poder como la forma de plegarse o resistirse a él, en un intento de no perder de vista aquella propuesta de Mattelart de "hacer arraigar la reflexión sobre la comunicación en la historia de los modos de regulación social que acompañan a las mutaciones del poder"[426]. Ahora bien, más allá (más *atrás*) de las reflexiones sobre "la diplomacia de las redes", el "biopoder" o el "*soft power*", la constante remisión al concepto de "hegemonía" permite remontar algunas de las claves de los procesos actuales hasta ideas formuladas hace casi ocho décadas por el pensador marxista Antonio Gramsci.

En efecto, este miembro fundador del Partido Comunista Italiano operó un viraje muy significativo en las concepciones revolucionarias de la época al desplazar el acento desde las condiciones económicas, a las que se atendía predominantemente hasta el momento, al espacio de lo cultural, lo ético. En dicho viraje es fundamental la citada idea de la hegemonía, que concibió y desarrolló durante su presidio en la cárcel de Turi y que plasmó en sus "*Quaderni del carcere*"[427]. Sus reflexiones partían del convencimiento de que el

425 N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 118. (La cursiva es mía).
426 A. Mattelart, *La invención de la comunicación*, p. 16.
427 A. Gramsci, *Quaderni del carcere*, Einaudi, Turín, 1975.

sometimiento del proletariado al poder de la clase capitalista no podía concebirse estrictamente en términos del manejo de un aparato represivo por parte del Estado, sino que se explicaba en términos de "hegemonía cultural", la cual se ejercía a través del control del sistema educativo, de los medios de comunicación y de las instituciones religiosas.

Nos encontramos ya, de este modo, ante la alusión explícita a las *mediaciones* a las que recurre la clase dominante para disciplinar a los grupos subalternos *con la complicidad de estos*, esto es, haciéndoles vivir la supremacía de aquella sobre ellos como algo natural y justificado, y conformándolos a los valores sociales impuestos por los poderosos como si ellos representaran también sus propios intereses. Será, pues, a través de esta *popularización* o creación de *consenso* con respecto a la jerarquización social (combinada, por supuesto, con momentos de coerción), que a las clases dominantes les será posible asegurar la continuidad de su posición. Como se ha expuesto al comienzo de este trabajo, estas ideas van a influir decisivamente en las concepciones e investigaciones posteriores en torno a la cultura, siendo revisadas por autores como Raymond Williams, algunos de los principales representantes de los *cultural studies*, Pierre Bourdieu, Martín-Barbero o García Canclini.

Apuntado esto desde el inicio, pasemos a algunos de los aspectos más destacados para aproximarnos a los mencionados "modos de regulación social que acompañan a las mutaciones del poder". En este sentido, hay que referirse de nuevo en buena medida a las reflexiones que Manuel Castells recoge en el segundo volumen de "La era de la información", más concretamente en el capítulo titulado "La política informacional y la crisis de la democracia", el cual comienza con una cita de Alain Touraine que enlaza perfectamente con los planteamientos recién expuestos: "El poder está en todas partes y en ninguna: en la producción en serie, en los flujos financieros, en los modos de vida, en el hospital, en la escuela, en la televisión, en las imágenes, en los mensajes, en las tecnologías"[428]. A partir de aquí, y tras haber repasado en qué

428 A. Touraine, "Lettre à Lionel", citado en M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, p. 341.

consistían la economía y la cultura informacionales, hay que preguntarse ¿cuáles son los principales rasgos de una "política informacional"?

En este punto el sociólogo albaceteño se centra en la política de los partidos para afirmar que, pese al mantenimiento de las diferencias entre estas formaciones según se alineen a izquierda o a derecha, todas ellas reciben por igual una poderosa influencia *directa* por parte del sistema de comunicación electrónico que se consolida en la sociedad-red. Antes de seguir adelante, el autor aclara que de ningún modo ha de colegirse de esta afirmación un retorno a los postulados funcionalistas clásicos acerca de los "efectos poderosos de los medios" y de la condena de los receptores a la pasividad. En efecto, la tesis que defiende Castells en este capítulo es la de que, con la plena entrada de estos medios tecnológicos en la política, la "sustancia" de esta se ve profundamente trastocada, comenzando por el simple hecho de que dichos medios se conforman como el "espacio privilegiado" donde ella pasa a desarrollarse y llegando a evidenciar cómo ello va a determinar decisivamente los modos de presentación y los discursos que adoptan los políticos:

> No es que toda la política pueda reducirse a imágenes, sonidos o manipulación simbólica, [...] al señalar el papel crucial de los medios electrónicos en la política contemporánea, [...] afirmo que, debido a los efectos convergentes de la crisis de los sistemas políticos tradicionales y del espectacular aumento de la penetración de los nuevos medios, la comunicación y la información políticas han quedado *capturadas en el espacio de los medios*.[429]

A partir de aquí, este profesor emprende una breve caracterización de dichos medios, para a continuación definir cómo sus modos de funcionamiento encuadran la actuación de los políticos. Para ello el autor se concentra en los medios de comunicación de las "sociedades democráticas", donde identifica como protagonistas

429 *Ibid.*, pp. 343-344. (La cursiva es mía).

principales a grandes grupos empresariales que en los últimos años han emprendido una reconversión tendente a la concentración y la interconexión entre ellos, así como a la expansión y la segmentación. También considera en su análisis, por supuesto, aquellas cadenas que controlan los Estados, si bien haciendo hincapié en que los criterios comerciales por los que se rigen los mencionados grupos privados, esto es, los orientados a la maximización de las audiencias para acaparar la mayor porción posible de los ingresos publicitarios, han sido ampliamente asumidos como propios por estos entes de propiedad estatal[430]. En este sentido, el Catedrático de Urbanismo de Berkeley suscribe esencialmente, si bien aplicándola a todo este sistema electrónico de comunicación, la afirmación de Neil Postman según la cual "el entretenimiento es la supraideología de todo el discurso sobre la televisión"[431]. Eso sí, el autor matiza de inmediato que los intentos de cautivar a la audiencia varían al tratarse específicamente de las noticias, las cuales exigen además una buena dosis de *credibilidad* para ser rentables e incluso, añade el autor, para que el medio pueda ocasionalmente tratar de favorecer posiciones políticas próximas o de obtener ventajas financieras por difundir u ocultar información. Queda patente, así, cómo Castells huye de concepciones simplistas o maniqueas del sistema de medios electrónico hegemónico para subrayar las ambivalencias que caracterizan su funcionamiento, marcado tanto por un apego al poder político y económico y una búsqueda de rentabilidad y de ventajas competitivas o subsidios oficiales, como por cierta aproximación a los intereses, gustos e inquietudes de sus consumidores, siendo ambos movimientos a veces contradictorios, pero también complementarios en función de sus objetivos.

En cuanto a la descripción del proceso por el cual la política *se amolda* plenamente en su relación con los medios a la lógica y los modos

430 En este sentido, ha de citarse la acalorada polémica que se ha suscitado en torno a la "reestructuración" de RTVE y, de manera previa, las discusiones que generaron los dictámenes del llamado "Comité de Sabios", al que el Gobierno presidido por Rodríguez Zapatero encargó en 2004 un diagnóstico sobre la situación del ente estatal RTVE, así como la remisión de recomendaciones de cara a dicha reforma.

431 N. Postman, *Divertirse hasta morir*, p. 91.

de trabajar de estos, este profesor comienza por analizar el caso de EE.UU., donde dicho amoldamiento resulta especialmente paradigmático, hasta el punto que Castells emplea para referirse a él conceptos tan elocuentes como "política espectáculo" y "marketing político". En efecto, el sociólogo interpreta esta transformación política estadounidense como resultado de la confluencia en las últimas décadas de la pérdida de peso de los partidos en la elección de los candidatos electorales, la conformación de un complejo sistema de medios de comunicación de gran calado y flexibilidad y, finalmente, la adquisición de un papel crucial por parte de los asesores de marketing político. En este sentido, cita el caso de John Fitzgerald Kennedy como pionero en el uso esmerado y amplio de las apariciones en los medios de comunicación (con especial mención a su debate televisado de 1960 contra su rival republicano en las elecciones presidenciales, Richard Nixon), así como en un constante apoyo en las encuestas electorales. Con la expansión de las herramientas informáticas, además, dichas encuestas alcanzan en nuestros días un grado de sofisticación elevado, hasta permitir proporcionar resultados (y desencadenar los correspondientes reajustes) en márgenes de tiempo cada vez más reducidos, amén de la posibilidad de elaborar y manejar amplias bases de datos mediante las cuales emprender campañas de marketing electoral *directo* como el buzoneo postal y electrónico o la propaganda telefónica: "Los expertos en encuestas y los asesores de imagen se han convertido en actores políticos decisivos, capaces de hacer y deshacer presidentes, senadores, congresistas y gobernadores, mezclando tecnología de la información, mediología, astucia política y magia arrogante"[432].

Basándose en el análisis del modelo estadounidense, Castells aborda la descripción a la que se aludía en el párrafo anterior, especificando de qué modo la competencia por la audiencia, con su combinación de entretenimiento y credibilidad, prescribe las reglas generales por las que se va a regir la línea informativa de los medios. En primer lugar, destaca el autor hasta qué punto la mencionada lógica del entretenimiento permea completamente la construcción mediática de la

432 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, p. 352.

citada "política espectáculo", en la cual sólo tienen cabida aquellos *sucesos* (nombre que designaba antaño una morbosa sección de los periódicos y que hoy podría aplicarse a buena parte del panorama informativo mediático) teñidos de "drama, suspense, conflicto, rivalidades, codicia, engaño, ganadores y perdedores y, si es posible, sexo y violencia". Junto a ello, enfatiza hasta qué punto la creciente velocidad que caracteriza las emisiones de dichos medios (especialmente, en el caso de la televisión) y la preeminencia que en ellos posee la imagen sobre la palabra determina que el tiempo concedido en las noticias a las declaraciones de los políticos se reduzca ostensiblemente y que, consecuentemente, sus mensajes se simplifiquen y se estandaricen hasta el extremo: "La clave de los eslóganes de las relaciones públicas [...] es que no significan nada. [...] Se trata de crear un eslogan que no pueda recibir ninguna oposición, bien al contrario, que todo el mundo esté a favor"[433]. Al fin y al cabo, ¿no alcanzó la victoria Silvio Berlusconi en las elecciones nacionales italianas de 1994 y 2001 al frente de una peculiar coalición cuyo nombre y eslogan, "*Forza Italia*"; es el mismo que coreaban los *tifosi* para animar a la selección transalpina de fútbol? Finalmente, Castells hace notar cómo la insistencia en el distanciamiento con respecto a la política a que los medios recurren para labrarse su credibilidad a menudo deriva en una actitud *cínica* que ora se embarca en debates encarnizados, ora frivoliza sobre esos mismos asuntos, resaltando sólo sus aspectos más chocantes o morbosos.

En este punto del examen de Castells, he de reconocer muy a mi pesar que, como habitante de la Costa del Sol, dispongo del dudoso privilegio de asistir de cerca a una de las funciones más rocambolescas y esperpénticas de esta "política espectáculo" que examina el sociólogo en su obra. Se trata, obviamente, de la tragicomedia que se viene representando en Marbella desde hace al menos dos décadas, pero especialmente desde que el 26 de mayo de 1991 el empresario Jesús Gil lograra por mayoría absoluta la alcaldía de la ciudad al frente de su

433 I. Ramonet y N. Chomsky, *Cómo nos venden la moto*, Icaria, Barcelona, 1996, p. 20.

partido, el Grupo Independiente Liberal (*sic*). Y es que desde que la actriz de cine pornográfico conocida como *Cicciolina* obtuviera un escaño en el Parlamento italiano en 1987 y se ofreciera públicamente en 1991 a acostarse con el dictador iraquí, Saddam Hussein, para evitar la primera Guerra del Golfo Pérsico, no recuerdo ningún otro suceso político que pueda equipararse a lo que hemos presenciado de unos años para acá. Me permito citar al respecto sólo un episodio que considero especialmente significativo a este respecto, aclarando, eso sí, que mi interpretación del revuelo mediático levantado en torno a las detenciones masivas en el marco de la llamada "Operación Malaya", de plena actualidad cuando escribo esto, es que no hace sino abundar en la tendencia espectacular que aquí delineo sucintamente (¿o acaso resultan informativamente relevantes las imágenes de la casa del asesor de Urbanismo de Marbella encarcelado en las que se aprecia el Miró que cuelga encima de su *jacuzzi*?).

Sea como fuere, el episodio que interesa aquí arranca el sábado 2 de agosto de 2003 cuando el programa "Salsa rosa" de Telecinco acoge un enfrentamiento entre Jesús Gil, suspendido judicialmente de sus funciones en la alcaldía de Marbella unos meses atrás, y Julián Muñoz, relevado justo un día antes del mismo puesto (que, conviene no olvidar, obtuvo un par de meses atrás *también por mayoría absoluta*) mediante una moción de censura auspiciada por miembros de su propio partido y de otros grupos del consistorio marbellí. En medio de alusiones a la relación de este último con la famosa tonadillera Isabel Pantoja, y teniendo por testigos a la plana mayor del periodismo *rosa* más abyecto, estos dos personajes se cruzan ante una audiencia millonaria gravísimas acusaciones de prevaricación, malversación de fondos públicos, cobro de astronómicas comisiones y demás lindezas. La cuestión es que, a los pocos días, la Fiscalía de Málaga y la Fiscalía Anticorrupción se ven obligadas a reaccionar, siempre a remolque de este *destape* político en *prime time*, y solicitan así a Telecinco una copia del programa para revisar los indicios delictivos que de él se pudieran extraer. De la misma forma, la citada Fiscalía de Málaga solicita la comparecencia el siguiente viernes de Gil y Muñoz para interrogarlos acerca de dichas acusaciones cruzadas.

Mi lectura de estos hechos es que sólo un programa de cotilleo había sido capaz, por un lado, de ceder la palabra a los políticos el tiempo suficiente para que estos pudieran explayarse acerca de sus actividades administrativas y detallar con pelos y señales los presuntos delitos que su rival cometía y, por otro lado, de concentrar la atención de una gran cantidad de ciudadanos (*a priori*, no demasiado proclives a contemplar debates políticos) en torno a maniobras de corrupción que habitualmente les resultan indiferentes o incomprensibles. A mi juicio, esta fecha marca ni más ni menos que el inicio de un *paso de testigo* entre el periodismo clásico dedicado a lo que Castells denomina la "política del escándalo" (el cual es igualmente espectacular, como advierte Baudrillard con respecto al "caso *Watergate*", de cuyo examen concluye que "antaño se ponía empeño en disimular un escándalo, hoy el empeño se pone en ocultar que no lo es"[434]) y su nueva versión (dentro de la sociedad informacional *made in Spain*) que sustituye la pretendida audacia de aquel por los más toscos métodos de acoso propios de "reporteros del corazón" y *paparazzi*.

En cualquier caso, el panorama político que esboza Manuel Castells a partir de su análisis de la política informacional es el de una profunda "crisis de la democracia", provocada, en primer lugar, por el desbordamiento de la forma política representada por el Estado (delimitador, a su vez, del estatuto de la ciudadanía nacional), que ve drásticamente recortada su soberanía previa y pierde el sostén de legitimidad que le proporcionaba en ciertas zonas y momentos históricos su intervencionismo bajo la forma de "Estado Providencia"; a ello hay que añadir la profunda crisis de legitimidad que afecta a la propia clase política y al sistema partidista donde ella se integra, el cual, según el profesor de Berkeley, "ha perdido su atractivo y su fiabilidad y, a todos los fines prácticos, es un resto burocrático, privado de la confianza pública"[435]; finalmente, el autor destaca el fenomenal cambio de paradigma que supone la ascensión del "poder de la identidad" como

434 J. Baudrillard, *Cultura y simulacro*, pp. 36-38.

435 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, p. 381.

factor aglutinante de las nuevas agregaciones políticas, entre las que él destaca la formación de "los estados nacionalistas, fundamentalistas, étnicos, territoriales o religiosos"[436]. Las consecuencias de estas dinámicas las cifra Castells en términos de fragmentación política, inestabilidad gubernamental, así como en la aparición de salvadores de distinto cuño. A estas tendencias se suma la radical desafección ciudadana que, no obstante, encuentra nuevos cauces políticos más allá de la mera resignación en iniciativas democráticas regeneradoras a escala local y regional, movilizaciones por cuestiones concretas (recordemos, en este sentido, las inéditas manifestaciones del 15 de febrero y de marzo de 2003, en las que millones de personas se organizaron simultánea y globalmente para salir a la calle contra la invasión de Irak por parte de EE.UU. y sus aliados), el desarrollo de la "política simbólica", etc.

Para pasar al siguiente punto que me interesa exponer aquí acerca de las mutaciones políticas de nuestro tiempo, quiero citar al propio Manuel Castells quien, si bien no se detiene a considerar el aspecto en cuestión, sí demuestra vislumbrar nítidamente su importancia decisiva para la configuración política de la sociedad actual cuando al final de su examen de la cultura de la virtualidad real afirma que resulta crucial

> ... que se desarrolle una red de comunicación multinodal horizontal, del tipo de Internet, y no un sistema multimedia de expedición centralizada, como la configuración del video a solicitud. El establecimiento de barreras para entrar en este sistema de comunicación y la creación de contraseñas para la circulación y difusión de mensajes por el sistema son batallas culturales cruciales para la nueva sociedad, cuyo resultado predetermina el destino de los conflictos interpuestos simbólicamente por los que se luchará en este nuevo entorno histórico.[437]

Partiremos de un breve ejemplo para introducir la cuestión de

436 *Idem*.

437 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*, p. 407.

forma más diáfana, uno que alude a las *viejas* tecnologías, concretamente a las automovilísticas. El 1 de enero de 1955 una costurera afroamericana llamada Rosa Parks fue encarcelada por negarse a ceder su asiento a una persona de raza blanca en un autobús público de Montgomery. Las leyes de la época de algunos estados sureños sancionaban que los negros sólo podían viajar en el autobús si se colocaban en la parte de atrás, una pequeña muestra más de la segregación racial estadounidense. Las protestas que desencadenó este hecho, unidas al boicot de los autobuses públicos instigada por Martin Luther King, culminaron al año siguiente cuando el Tribunal Supremo decretó la inconstitucionalidad de la segregación racial en el transporte público, lo cual espoléo de forma decisiva el emergente movimiento por los derechos civiles en EE.UU.

Trasladémonos ahora de la Alabama profunda a una de las metrópolis más admiradas y sofisticadas, Nueva York. Por esa misma época, y desde hacía ya más de dos décadas, el urbanista Robert Moses ejercía un control casi absoluto sobre la planificación de la expansión de dicha ciudad (parques, playas, puentes, carreteras y demás obras públicas) al frente de su Comisión de Parques. Sin ser elegido para un cargo público ni una sola vez y sin haber promulgado jamás una ley, este reputado *Master Builder* de la moderna Nueva York alcanzó resultados altamente efectivos (y mucho menos controvertidos) que los políticos de Alabama salidos de las urnas, según defiende Robert A. Caro en su biografía de Moses ganadora del Premio Pulitzer, "*The Power Broker*"[438] . Este autor, en efecto, lanza en su obra una afilada crítica al ejercicio del poder a través de la tecnología urbanística, convirtiendo ya en un clásico moderno su examen de los cerca de doscientos pasos elevados que Moses proyectó y construyó en Long Island (Nueva York). Pues, en efecto, dichos puentes, que permitían al acceso a los admirados parques y playas que él mismo había diseñado en dicha zona, y especialmente al *Jones Beach State Park*, el más famoso de ellos, poseían una altura extraordinariamente baja que impedía que lo atravesaran los autobuses de transporte público, casi un metro más altos. De esta forma, Moses se

438 R. A. Caro, *The Power Broker: Robert Moses and the Fall of New York*, Alfred Knopf, Nueva York, 1974.

aseguraba que esos alabados *espacios públicos* que él había planeado carecieran justamente de acceso público, quedando reservados casi en exclusiva para las clases ricas y acomodadas de raza blanca que contaban con coche para desplazarse hasta allí, mientras que la gente sin recursos y, muy especialmente, los negros (y otras minorías raciales), usuarios habituales de los autobuses, quedaban así segregados de ellos *de facto*. No en vano, posteriormente Moses llegó incluso a vetar una propuesta de extensión del concurrido ferrocarril de Long Island hasta la citada *Jones Beach* para asegurarse de la efectividad social de su diseño[439]. Y no hace falta ser expertos en leyes para adivinar que en este caso al Tribunal Supremo no le iba resultar tan fácil declarar inconstitucionales los puentes de sólo nueve pies de altura.

¿Qué nos sugiere esta historia de automóviles y carreteras con respecto a una de las mutaciones políticas decisivas que vivimos actualmente con la construcción de otras redes de comunicación, estas informacionales? Acaso para comprenderlo mejor convenga comenzar por citar las primeras líneas de la mencionada "Declaración de Independencia del Ciberespacio" presentada por John Perry Barlow el 8 de febrero de 1996 en Davos (Suiza):

> Gobiernos del Mundo Industrial, vosotros, cansados gigantes de carne y acero, vengo del Ciberespacio, el nuevo hogar de la Mente. En nombre del futuro, os pido a vosotros, que pertenecéis al pasado, que nos dejéis en paz. No sois bienvenidos entre nosotros. No ejercéis ninguna soberanía allí donde nosotros nos reunimos. No hemos elegido ningún gobierno, ni pretendemos tenerlo, así que me dirijo a vosotros sin otra autoridad que aquella con la que la libertad siempre habla. Declaro el espacio social global que estamos construyendo independiente *por naturaleza* de las tiranías que estáis tratando de imponernos. No tenéis derecho moral a gobernarnos ni tampoco disponéis de métodos que debamos temer verdaderamente para ejercer dicho gobierno.[440]

439 *Ibid.*, pp. 318, 481, 514, 546, 951-958.
440 J. Perry Barlow, "A Declaration of the Independence of Cyberspace" (la traducción

De entrada, hay que identificar de nuevo la insistente tendencia a la *naturalización* de una serie de características técnicas, en este caso referentes al ciberespacio, que ya se discutió en el apartado 3.2.1.1. En este punto interesa remarcar que si una idea clave quise defender en la sección dedicada a las matrices culturales de la red de Internet) es que su configuración actual responde a las *decisiones*, plenamente políticas, de una serie de investigadores, *hackers* y activistas impregnados por los valores, las inquietudes y las luchas sociales de la época. Un ejemplo claro de esto es el conjunto de protocolos de intercambio de paquetes de datos a través de la red diseñado por Vinton G. Cerf en colaboración con Robert E. Kahn y sus respectivos colaboradores, el conocido como TCP/IP. Dicho conjunto no revela ninguna información acerca de las personas que se conectan a Internet, ya que las direcciones IP que emplea son sólo virtuales, sin conexión con una persona o un punto físico concretos. Estos protocolos tampoco ofrecen pista alguna acerca de la naturaleza de los datos que circulan por la red, sin que podamos distinguir qué clase de información contienen, ni la finalidad con que se transmiten ni tampoco a quién van dirigidos. Si a ello sumamos el diseño de las múltiples rutas diferentes que puede tomar dicho paquete de datos en caso de bloqueo, fallos u obstaculización de un nodo concreto, todo ello nos sitúa (a este nivel de protocolos) ante una red plenamente flexible, descentralizada, sólida (proyectada, de hecho, para sobrevivir a ataques nucleares) y, donde, el anonimato está garantizado *a priori*. Atribuir todo este intrincado proceso de concepción a un designio divinio o a un determinismo de la naturaleza equivaldría, pues, a borrar del mapa todas las complejas decisiones que trataron de construir una red que, en sus protocolos básicos, impidiera el control social y la censura y a la vez permitiera optimizar su funcionamiento técnico.

Uno de los primeros autores en rebelarse contra estas sospechosas asunciones acerca de la *esencial* libertad de Internet (las cuales pueden, sin gran dificultad, ser trasladadas más allá de ella) fue el profesor de Derecho James Boyle, quien en 1997 publicó un sugerente artículo titulado "*Foucault In Cyberspace: Surveillance, Sovereignty and*

y la cursiva son mías).

Hard-Wired Censors". En él el fundador del Centro de Estudio sobre el Dominio Público de la Escuela de Leyes de Duke, aprovecha de forma "oportunista y asistemática" algunas de las nociones propuestas por Foucault en "*Surveiller et punir*", en el convencimiento de que ellas se ajustan extraordinariamente a las amenazas que entraña el ejercicio del poder en el ciberespacio y, sobre todo, a lo que él denomina "el catecismo de la inviolabilidad de la Red" que predicarían muchos de los "libertarios digitales".

En este sentido, Boyle parte de las afirmaciones acerca de la imposible regulación de Internet por parte del Estado, las cuales se apoyarían, por un lado, en su *arquitectura* tecnológica (la cual, concebida como esencial, impediría irremisiblemente la censura); por otro lado, en la dispersión geográfica de sus usuarios (imposibles, pues, de alcanzar y sancionar por los Estados nacionales); y, finalmente, por la *naturaleza* de sus contenidos (aquel deseo de libertad que poseerían las ideas). Ante todo ello el profesor estadounidense se apresura a introducir una ruptura que dará la clave sobre la que se asienta su tesis de la emergente vigilancia y control de la Red mediante aquellos "censores estructurales" ("*hard-wired censors*"):

> Cuando los internautas piensan sobre la ley, tienden a evocar una imagen positivista, incluso austiniana [el autor alude aquí a las ideas del jurista británico John Austin] de ella; la ley sería una orden respaldada por amenazas, promulgada por un soberano que no posee una instancia por encima de él, dirigida a una población geográficamente definida que habitualmente obedece a dicho soberano. Así pues, piensan que las leyes estatales son toscos instrumentos incapaces de imponer su voluntad sobre los asuntos globales de la Red y sus transacciones evanescentes y geográficamente indefinidas. [...] Por suerte o por desgracia para la Red, sin embargo, el modelo de Austin resulta tan primitivo como impreciso y es ahí donde entra la obra de Michel Foucault.[441]

441 J. Boyle, "Foucault In Cyberspace: Surveillance, Sovereignty and Hard-Wired Censors", en *University of Cincinnati Law Review*, vol. 66, nº 1, pp. 177-205.

Efectivamente, para Boyle el enorme interés de "*Surveiller et punir*" radica en que enfatiza la tendencia hacia otro modo de ejercer el poder que recurre crecientemente a dispositivos *técnicos* de vigilancia y control, cuyas características determinan no sólo una alta efectividad sino, más allá, la propia *ocultación* de que el poder está siendo ejercido, lo cual aumenta exponencialmente dicha efectividad. Pues bien, a juicio de este profesor de Duke, aquella tendencia alcanza su más acabada expresión en el ámbito del ciberespacio (si bien insiste en que *no sólo* en él), como muestra la ilustración de la cruzada de la Administración Clinton contra el acceso de los niños a la pornografía a través de Internet.

De este modo, Boyle relata cómo se gestó la llamada *Communications Decency Act* (CDA, "Decreto de Decencia en las Comunicaciones") mediante la cual el Gobierno estadounidense pretendió sancionar directamente el acceso a los sitios *web* de contenido pornográfico, imponiendo una serie de medidas coercitivas rígidas, torpes y, como sentenciaron posteriormente varios jueces, plenamente anticonstitucionales. Lo que el autor de "*Foucault in Cyberspace*" subraya de este proceso es que los "libertarios digitales" interpretaron esta derrota en los tribunales de la CDA como una prueba de la imposibilidad de regular Internet y de la prevalecencia en ella de la libertad de expresión frente a la censura que significaban las leyes gubernamentales. Nada más lejos de la realidad, porque de forma paralela numerosas empresas y programadores privados se habían lanzado a diseñar *software* que ejecutaba *de facto* aquella vigilancia y censura que el Gobierno pretendía implementar legalmente.

A modo de ilustración cita el autor el lanzamiento de programas de bloqueo de contenido como *NetNanny* o *CyberSitter* que, en lugar de actuar sobre las páginas *web* en cuestión, ofrecían a los padres la posibilidad de bloquear a sus hijos el acceso a contenido inapropiado para ellos. El problema radicaba, recalca Boyle, en que dicho bloqueo se

Consultado en: http://www.law.duke.edu/boylesite/foucault.htm (última consulta: 20 de septiembre de 2006). (La traducción es mía).

realizaba mediante un filtro de palabras y una lista de sitios *web* "indecentes" actualizados continuamente, los cuales constituían para las mencionadas empresas un capital precioso que se negaban a hacer público por temor a que cayera en manos de la competencia. El resultado de esta ocultación fue, tal y como señala el profesor de Duke, que estos programas-*niñera* iban mucho más allá de la restricción de la pornografía (de donde toda la polémica había arrancado), llegando a censurar contenidos feministas, homosexuales o la propia página de la Asociación Nacional del Rifle sin que los padres pudieran nunca ser conscientes de ello.

De este modo, mientras muchos celebraban la confirmación del mencionado "catecismo de la inviolabilidad de la Red", la libertad de expresión sufría la enorme amenaza privada que propiciaba la conquista del *mercado* de padres deseosos de apartar a sus hijos de contenidos "indecentes", a la que se vino a sumar el hecho de que al propio Gobierno no le pasó desapercibida esta vía de imponer *técnicamente* lo que jurídicamente no había conseguido. La conclusión que Boyle extrae del contraste entre la polémica por la promulgación de la CDA y el silencio en torno a las soluciones tecnológicas equivalentes, es que en el ciberespacio la cuestión de la censura y la vigilancia (estatal y privada) está dejando de ser un asunto político sometido al escrutinio público para reducirse a un mero problema técnico que pasa a la jurisdicción de los expertos en informática[442]. En este punto, nos encontramos, a juicio del autor, ante

442 En este punto conviene no olvidar los informes que las organizaciones Amnistía Internacional (AI) y *Human Rights Watch* (HRW) han dado a conocer este verano, en los que denuncian la complicidad de Google, Yahoo!, Microsoft y Skype con la violación de las libertades de expresión e información del gobierno de China. De esta forma, las dos prestigiosas organizaciones de defensa de los derechos humanos desvelan cómo estas empresas respaldan, mediante el código informático de sus buscadores para ese país, la censura de determinados contenidos, que quedan así ocultados.
Ver: http://www.hrw.org/reports/2006/china0806 (informe de HRW) y http://irrepressible.info/static/pdf/FOE-in-china-2006-lores.pdf (informe de AI) (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

> la encarnación constitucional de las limitaciones políticas de la corriente libertaria digital (*digital libertarianism*) -su exclusiva atención hacia el poder del Estado, estrechamente definido, y su ceguera respecto a la configuración técnica y económica [...] Si queremos disponer de alternativas a la jurisprudencia libertaria digital habremos de proporcionar un marco político de Internet más rico que el de un estado coercitivo (pero impotente) y una tecnología facilitadora y neutral.

Dos años después de la publicación de este artículo, el citado Lawrence Lessig retomaba en profundidad la alerta lanzada por Boyle con la publicación de un libro cuyo título es ya ampliamente ilustrativo "*Code and other laws of Cyberspace*" ("El código y otras leyes del Ciberespacio"). En él el catedrático de Derecho de Stanford comienza formulándose esta acuciante pregunta: "¿Por qué somos incapaces de imaginarnos un ciberespacio en que las conductas puedan ser reguladas?"[443], argumentando a continuación, en la línea de Boyle, que determinada fe libertaria (mayoritaria, en cualquier caso) en su supuesta *esencia* libre e irregulable choca frontalmente con el hecho, señalado por Javier Echeverría, de que la *naturaleza profunda* del ciberespacio es precisamente *la artificialidad*.

A partir de aquí, este otro abogado defiende que lo que define profundamente la mayor o menor libertad existente en este nuevo terreno es la configuración de su "arquitectura", citando al célebre programador y cofundador de la EFF, Mitch Kapor, cuando afirmaba con respecto al ciberespacio que "su arquitectura es su política" ("*its architecture is its politics*")[444]. Llegado a este punto, el autor propone la que constituye la

443 L. Lessig, *Code and other laws of Cyberspace*, consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter2/Ch2Part8 (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

444 M. Kapor, "A Software Design Manifesto", consultado en: http://hci.stanford.edu/bds/1-kapor.html (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

tesis central del libro, la de que en el ciberespacio *el código es la ley*. Ello implica que de ningún modo cabe considerar al margen de la política las operaciones técnicas mediante las que se conforma la Red, pues ellas conllevan la implementación de los principios que van a regir nuestra actividad en ella, tal y como explica elocuentemente el profesor de Arquitectura y Arte Mediático del MIT, William Mitchell:

> Ahí fuera en la frontera electrónica, el código es la ley. [...] Del mismo modo que Aristóteles, en su "Política", contemplaba diversas constituciones para las ciudades-estado [...] los moradores (*denizens*) del mundo digital deberían prestar la mayor de las atenciones críticas a la estructura política (*polity*) programada. [...] Así pues, el control del código es poder. Para los ciudadanos del ciberespacio el código informático [...] se está convirtiendo en un elemento crucial dentro de la batalla política. ¿Quién escribirá el *software* que estructurará en una medida cada vez mayor nuestras vidas cotidianas?"[445]

Afirmado lo anterior, Lessig sigue los pasos de Boyle para alertar de la tendencia vertiginosa del ciberespacio a pasar de una arquitectura donde florecía la libertad a otra donde predomina un control cada vez más perfeccionado, tendencia que él achaca primordialmente a las exigencias privadas de un código que permita la identificación y la seguridad de las transacciones (lo que él denomina una "arquitectura de confianza" -"*architecture of trust*") en el marco del desarrollo del *comercio electrónico* a través de Internet. Ahora bien, incluso en el caso de que el comercio no cumpliera tal amenaza a la libertad, al no ser capaz por sí solo de erigir dicha arquitectura, Lessig asevera que el Estado tendrá buenas razones para apoyar la culminación de esa legislación privada, pues ella sería totalmente acorde con su propósito de control.

En este punto, el catedrático de Stanford deja claro un aspecto enormemente importante de su tesis, el de la *combinación de*

445 W. Mitchell, *City of Bits. Space, place and the Infobahn*, MIT Press, Cambridge (Massachussetts), 1996, p. 112. (La traducción es mía).

regulaciones, que implica que, sin dejar de reconocer al código como la ley principal, este no ha de regir por sí solo en el ciberespacio, sino que, muy al contrario, puede ser (y, de hecho, *es*) respaldado por las otras tres fuentes reguladoras básicas: las leyes que promulga el Gobierno, las normas sociales que, sin estar escritas, determinan las relaciones entre las personas y el propio *mercado*, a través de su mencionada mano invisible. Lo que a Lessig no se le escapa, y en esto también coincide plenamente con Boyle, es que la preferencia por regulaciones basadas en el código se cimenta en el hecho de que las restricciones que este impone no necesitan de personas que velen por su cumplimiento, sino que son *autoejecutables* (en rigor, eran los puentes de Long Island, y no directamente su creador, Robert Moses, los que mantenían a la población empobrecida y a las minorías raciales fuera de *Jones Beach*) y no tienen por qué ser comprendidas, o simplemente *percibidas*, por aquellos a quienes se aplica, a diferencia de lo que ocurre con el resto de regulaciones, cuya efectividad depende de la asunción de los principios subyacentes a ella.

Considero adecuado concluir esta síntesis de la grave preocupación de Lawrence Lessig acerca del papel del código como principal amenaza para la libertad en el ciberespacio del siglo XXI[446] citando brevemente uno de los ejemplos mediante los cuales el autor ilustra el alcance de su tesis, concretamente el referido a los juegos de azar a través de Internet en EE.UU. Así, el catedrático de Stanford comienza por explicar que en algunos de los estados que componen esta nación (poniendo el ejemplo de Minnesota) les está estrictamente prohibido a sus ciudadanos participar en este tipo de juegos, ya sea en su propio estado o en otros, prohibición que, en opinión de los "ciberlibertarios", quedaría invalidada automáticamente al referirse al ciberespacio.

Lo erróneo de tan confiada afirmación es desgranado por Lessig en una secuencia de diferentes pasos interrelacionados: En primer lugar,

446 L. Lessig, *Code and other laws of Cyberspace*, consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter7/Ch7Part1 (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

para que el juego a través de Internet sea posible, los cibercasinos y demás sitios del sector habrán de exigir a sus clientes una serie de garantías que pasan indefectiblemente por la construcción de arquitecturas de confianza basadas en la *identificación* (la cual puede perfectamente ser de índole privada, y no estatal). La cuestión es que, en principio, el estado de Minnesota no puede sancionar directamente a aquellos de sus habitantes que accedan a las páginas de juego electrónico cuyos servidores estén radicados en estados que sí permiten el juego (no tiene modo de detectar esta falta en Internet). Ahora bien, continúa Lessig, quizá pueda llegar a hacerlo si convence a alguno de esos estados de promulgar leyes que impongan a sus casinos *on line* la exigencia de negar la entrada a aquellos clientes que provengan de Minnesota (Lessig no entra aquí en consideraciones acerca de las contrapartidas que las empresas podrían *sugerir* a las administraciones a cambio, pero es obvio que esta dinámica puede ser mutuamente beneficiosa si, por ejemplo, el gobiero endurece las sanciones por violar ese código privado o lo subvenciona). El estado de Minnesota, por su parte, podría ofrecer a dichos estados su colaboración mediante la imposición a los servidores bajo su jurisdicción de esa misma exigencia de identificación, en este caso para actividades que los otros estados quieran prohibir a sus ciudadanos más allá de sus fronteras.

De esta manera, la misma arquitectura que permite a las empresas dedicadas a los juegos de azar a través de Internet garantizar la fiabilidad de sus transacciones electrónicas contribuye a que el gobierno de un estado imponga sus leyes a sus ciudadanos en un ámbito mayor que el de su propio territorio, siempre que sea capaz de alcanzar acuerdos de colaboración con otros gobiernos que garanticen la máxima extensión de sus respectivas jurisdicciones. Pese a lo enrevesado de tales procedimientos regulatorios, Lessig concluye su explicación aclarando que es *precisamente* esta arquiectura la que regía (allá por 1999, fecha de publicación del libro) el juego en *todo* el territorio estadounidense, de modo que este sólo era posible para ciudadanos de estados que permiten esta práctica y entre dichos estados, estando tipificada cualquier otra variante como delito federal. ¿Qué podría venir después? El panorama esbozado a partir de aquí por el catedrático de Stanford no tendría

demasiado que envidiar a la vigilancia completa e imperceptible del "Panopticon" de Jeremy Bentham, maestro a la sazón del mencionado jurista John Austin:

> El efecto de todo ello sería, en síntesis, la zonificación del ciberespacio basada en las cualificaciones que cada individuo acarrea. La zonificación podría permitir un grado de control del ciberespacio que pocos han imaginado nunca. Decididamente, el ciberespacio pasaría de ser un espacio irregulable a convertirse, dependiendo de la profundidad de los certificados en el espacio más regulable que se pueda concebir.[447]

447 L. Lessig, *Code and other laws of Cyberspace*, consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter5/Ch5Part12 (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

3.2.2. Principales encrucijadas de las industrias culturales en red

> *Information wants to be free. Information also wants to be expensive.*
> Stewart Brand

Ya se adelantó en el punto 3.2.1.1 al recorrer la "taxonomía de la información" que proponía John Perry Barlow en "*Selling wine without bottles*" que la célebre frase de Brand, "La información quiere ser libre" no terminaba ahí, sino que poseía una continuación muy sugerente, en la que nos encontramos con el juego de palabras intraducible entre los dos sentidos del adjetivo inglés "*free*", "libre" y "gratis" (a lo que se contrapone el adjetivo "*expensive*"). Con esta simple e irónica sentencia, el fundador del *Whole Earth Catalog* sintetiza magistralmente, a mi juicio, el conflicto capital que se sitúa en el corazón de las industrias culturales de nuestra época, y a buen seguro uno de los más urgentes del nuevo panorama social contemporáneo que he tratado de esbozar en el punto 3.2.1. De cualquier forma, más allá de este conciso e impactante juego de palabras, conviene citar en toda su extensión la frase en la que él se enmarca, pues ella contribuirá a desarrollar su sentido y poner sobre la mesa algunas de las claves que tratarán de abordarse en esta sección:

> La información quiere ser libre (*free*). La información también quiere ser cara. La información quiere ser libre porque se ha vuelto muy barata de distribuir, copiar y recombinar -demasiado barata para medirla (*too cheap to meter* -eslogan propagandístico de la energía nuclear). Y quiere ser cara porque puede poseer un valor incalculable para su receptor *(recipient)*. Esa tensión no desaparecerá.[448]

A partir de este planteamiento inicial comienzo aclarando brevemente el empleo que aquí se hace de los términos "industrias culturales en red", a diferencia del acento que Enrique Bustamante

448 S. Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, Viking Penguin Press, Nueva York, 1987, p. 202. (La traducción es mía).

coloca sobre su inserción en lo que denomina "la era digital". En este trabajo parto de la cautela a la que conduce el análisis crítico que se ha realizado en torno a las aplicaciones diversas del concepto "red", especialmente en su dispar evolución histórica (tal y como apunté en la sección 3.1), para decantarme no obstante por el empleo del calificativo "en red" con respecto a las industrias culturales, siguiendo eminentemente la definición que propone Manuel Castells de la "empresa-red" que surge en la "era de la información". De este modo, partiendo de la profunda reestructuración por la que atraviesa el sistema capitalista desde hace más de tres décadas y de la configuración de la "economía informacional/global" analizadas en el primer volumen de "La era de la información", este investigador emprende en el capítulo 3 de dicho libro una exposición de los cambios principales que sufren las empresas (tanto las grandes, como las medianas y pequeñas, en el marco de la "interdependencia" a la que se aludió previamente) y de sus principales tendencias organizativas y productivas en interrelación con los cambios tecnológicos, la cual sintetiza con la propuesta de la noción "empresa-red":

> aquella forma específica de empresa cuyo sistema de medios está constituido por la intersección de segmentos autónomos de sistemas de fines. [...] las organizaciones de éxito son aquellas capaces de generar conocimiento y procesar información con eficacia; de adaptarse a la geometría variable de la economía global; de ser lo bastante flexibles como para cambiar sus medios con tanta rapidez como cambian los fines, bajo el impacto del rápido cambio cultural, tecnológico e institucional; y de innovar, cuando la innovación se convierte en el arma clave de la competencia.[449]

He aquí, pues, el sentido en el que me sirvo de la noción de "red" aplicada a los nuevos modelos empresariales propios de la economía informacional que describe Castells para caracterizar a las industrias culturales contemporáneas, que no en vano representan hoy

449 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, pp. 199-200.

una de las principales puntas de lanza de aquel "capitalismo cognitivo" que definían los autores de "*Multitudes*". Remito en este punto a la definición y las consideraciones que recogí en el apartado 1.1.2 e insisto especialmente en las dos matizaciones más destacadas que, sobre ellas, introduce Enrique Bustamante, la de su pertinencia para "restituir" la íntima trabazón existente entre el campo de la cultura y el de los *media* y la de la necesidad de atender a su profunda especificidad con respecto al resto de industrias. A este propósito, además de los rasgos distintivos señalados por Bustamante que se refirieron en el punto citado (y sobre algunos de los cuales se volverá aquí), estimo fundamental tener presente la "taxonomía de la información" elaborada por Barlow en 1994, así como las críticas y ampliaciones que, a propósito de ella, se recogieron en la sección dedicada a las "transformaciones económicas" actuales.

Dicho esto, emprendo para finalizar este tercer capítulo un examen de las principales características y tendencias de las industrias culturales en la actualidad con el declarado propósito de *mapear*, dentro de mis limitaciones y de las que definen esta sección, su composición y sus *líneas de fuerza* más destacadas. Y ello desde el firme convencimiento de que sólo mediante la detección de las *encrucijadas* a las que llegan hoy las industrias culturales en red (lo que es decir una parte esencial de nuestra cultura) nos será posible abordar aquella "producción secundaria" que de Certeau defiende que se esconde en los usos de los productos recibidos de aquellas, más aún ahora que sabemos que la información también *quiere* salirnos muy cara.

3.2.2.1. Industrias culturales en red y democratización *comunicativa*

Antes de nada conviene aclarar que estimo que la naturaleza de la particular *promesa democratizadora* de las redes de comunicación globales que subyace en el título de este apartado ha quedado ya suficientemente descrita en el punto de este trabajo consagrado a la definición de la "matriz tecnomercantil" de las transformaciones sociales actuales, y muy especialmente en el 3.1.1.5, dedicado a la "crítica a la ideología de la red" planteada por Pierre Musso. En este sentido, me

permito obviar cualquier nueva referencia a discursos políticos o empresariales al respecto, quedándome sólamente, para introducir estas reflexiones, con la visión que dos multimillonarios magnates de la televisión americana expresaron acerca de la elevada *misión* de sus imperios comunicativos.

Comienzo por el fallecido dueño del gigante de comunicación americano Televisa, el "Tigre" Emilio Azcárraga Milmo, quien, en un arranque de euforia durante el homenaje al equipo de la serie "Los ricos también lloran", sintetizaba así lo que se conocería desde entonces como la "filosofía de Televisa": "México es un país de una clase modesta, muy jodida... que nunca va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil"[450]. Por su parte, Ted Turner, uno de los artífices de la *megafusión* entre *America On Line* (AOL) y Time Warner (grupo de comunicación del que es uno de los principales accionistas) y fundador de la *Cable News Network* (CNN), no circunscribía su tarea benefactora a los límites de una nación o de una clase social, sino que, en una entrevista de 1997 retransmitida por el canal *Arte*, se ufanaba de este modo acerca del papel desempeñado por su cadena de noticias:

> Hemos desempeñado un papel positivo. Desde la creación de la CNN se ha acabado la guerra fría, se han terminado los conflictos en América Central, la paz ha llegado a África del Sur, etc. La gente se da cuenta de que hacer la guerra es una idiotez. Ahora bien, a nadie le gustaría pasar por un estúpido. Con la CNN, la información circula por el mundo entero y nadie quiere parecerse a un retrasado mental. Por tanto hacen las paces, porque es de listos.[451]

Después de leer estas atribuciones, por supuesto extremas, que se concede al papel de las cadenas de televisión en nuestra sociedad y,

450 Citado en C. Monsiváis, "Azcárraga Milmo y la "filosofía de Televisa", en *Proceso*, México D.F., 20 de abril de 1997. Consultado en: http://www.arzp.com/monsivais/televisa.html (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

451 Citado en A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 411.

más allá, después de haber constatado su expansión y refinamiento gracias a las NTIC, interesa sobremanera confrontar estas percepciones con datos emanados de estudios acerca de la conformación de las industrias culturales en los años inmediatamente recientes.

Lo primero que debemos comprobar, ya que tanto se habla de "democracia", es si en todo este crucial cambio social mediado por las mencionadas tecnologías digitales está presente el propio "pueblo" en su conjunto, o sólo determinadas capas privilegiadas de él. Asumiendo la considerable variabilidad de datos que se deriva del hecho que el primer volumen de "La era de la información" date de 1996 (amén de otros trascendentales cambios políticos y culturales en este sentido), estimo plenamente válido hoy en día el diagnóstico que Manuel Castells hace de la composición de la "sociedad interactiva", donde salta a la vista una fractura de partida entre lo que podría denominarse como dos *clases* traumáticamente separadas, los conectados y los desconectados:

> la comunicación a través del ordenador [...] excluirá durante largo tiempo a la gran mayoría de la humanidad, a diferencia de la televisión y otros medios de comunicación de masas [y] seguirá siendo el dominio de un segmento culto de la población de los países más avanzados, contado en decenas de millones, pero sólo una élite a escala global.[452]

La rotundidad con que se expresa el sociólogo albaceteño resulta aún más preocupante en la medida en que su afirmación está plenamente sopesada con la asunción de la persistente e importante bajada de precios de los equipos informáticos y con la constatación de la rapidez vertiginosa con la que se expande Internet y del creciente respaldo con que dicho proceso contará de parte de los sistemas educativos oficiales. Así, por ejemplo, Castells muestra su profunda inquietud hacia la completa marginación informática de un continente entero como el africano, donde apenas existe rastro reseñable de tal

452 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, pp. 391-392.

expansión. En este sentido, resulta sugerente mencionar la entrevista que los miembros del colectivo Elástico (artífices del conocido *blog* www.elastico.net) le realizaron el 3 de febrero de 2004 a John Perry Barlow, ya que en ella el ex-letrista de *Grateful Dead* aportaba algunas ideas bastante atípicas con respecto a la denominada "brecha digital" en África[453]. Así, por una parte, declaraba que él no creía en dicha brecha y manifestaba una confianza, (que juzgo de todo punto desmedida) en que muy pronto todo el mundo podría acceder en igualdad de condiciones a la tecnología digital, citando en este punto a William Gibson cuando afirmaba que "el futuro está aquí, sólo que distribuido irregularmente". Ahora bien, a continuación lanzaba una reflexión esperanzadora que estimo que va bastante bien encaminada: "creo firmemente que aquellos que llegan más tarde puede que vayan más lejos, en virtud de que no tienen los límites impuestos por los hábitos mentales desarrollados durante la era industrial".

Dicha idea concuerda en cierta manera con la que el propio Castells expresaba en 2000 en un artículo de opinión en *El País* titulado "Hablando de África", en el que, tratando de responder a la pregunta "Entonces, ¿qué tendríamos que hacer en África?" que le formulaba el presidente sudafricano Mbeki, apostaba por la inversión y la formación en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (contando, por supuesto, con ayuda de las naciones y empresas ricas) como medio para propiciar "un salto adelante cualitativo, accediendo a la era Internet sin tener que reproducir todos los pasos de la era industrial"[454]. Sin ir tan lejos, hay que resaltar en este sentido la experiencia pionera y ampliamente exitosa de la implantación de *software* libre en la escasamente industrializada comunidad de Extremadura. Lo cierto es que, volviendo a la entrevista, la explosión de cibercafés y del número de internautas africanos que Barlow reflejaba de modo optimista en sus declaraciones quedó finalmente matizada por su compañera de viaje, Sarah Guerrero. Y es que ella puntualizaba al

453 La entrevista puede consultarse en:
http://www.elastico.net/archives/cat_entrevistas.html (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

454 M. Castells, "Hablando de África", en *El País*, 31 de julio de 2000.

entrevistador su observación particular de que los usuarios de cibercafés se conectaban a Internet en busca de información para migrar de su país y que, además, la conectividad africana se veía dificultada por los ladrones que derribaban los postes para hacerse con el cobre de las líneas de conexión.

Enrique Bustamante, por su parte, también incide en la profundidad de esta brecha digital, criticando a quienes la plantean exclusivamente en términos de conexión o desconexión sin tener en cuenta el impacto más grave sobre la democracia que supone comprender dicha fractura no sólo en función de la capacidad adquisitiva para comprar artilugios informáticos (lo cual, en todo caso, supone para él un importante handicap de partida), sino también como división social por competencias y conocimientos culturales, por la relevancia y calidad de la información a la que se puede acceder mediante dicha conexión, por la capacidad de construir sus propios desarrollos culturales o por la condena a ser expoliados también de la materia prima cultural. Su conclusión de todo ello no difiere de la de Castells, siete años después de la publicación del primer volumen de "La era de la información": "Las nuevas redes digitales podrían verse así como un nuevo espacio público, incluso como un espacio internacional y casi mundial, pero de un carácter elitista y desigual *que fragmenta interna y globalmente el mundo*"[455]. En esta misma línea, Ricardo Petrella, profesor de la Universidad de Lovaina, acuñaba allá por el año 2000 la noción de "apartheid tecnosocial mundial legitimado" para definir esta radical desigualdad que está en el corazón de la expansión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:

> El apartheid es el resultado de la acumulación de viejos y nuevos abismos sociales entre instruidos y analfabetos, hombres y mujeres, ricos y pobres, patrones y trabajadores, jóvenes y ancianos, blancos y de color, urbanos y rurales, los angloparlantes y los demás. Internet está hecho, más que

455 E. Bustamante, "Conclusiones: Un nuevo sistema de comunicación y cultura en gestación", en E. Bustamante, (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de información*, p. 348. (La cursiva es mía).

> nada, por y para los hombres instruidos, blancos, jefes, *english speaking*, jóvenes, urbanos. La legitimación del nuevo apartheid se basa en la desigualdad en los niveles de formación y de conocimientos. Por tanto, es aconsejable no ser una mujer analfabeta, pobre, de color, trabajadora, anciana, rural y "*not english speaking*". ¿Quién dijo que ya no existían las clases sociales?[456]

Para concluir esta primera consideración, en lugar de recurrir a otros de los numerosos investigadores que denuncian la agudización de esta brecha digital en el mundo, se citará el último informe publicado al respecto por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el denominado "*The Digital Divide Report: ICT Diffusion Index 2005*". El segundo capítulo de dicho informe, titulado "*The Digital Divide*", ofrece una profusión de datos estadísticos que, complementados en el resto del documento con estudios de casos y análisis económicos, dibujan un sombrío panorama en cuanto a la estricta difusión material de las nuevas tecnologías en el mundo, que se sintetiza como sigue:

> Independientemente del modo en que se la mida, existe una inmensa fractura relativa a las tecnologías de la información y la comunicación, una "brecha digital", entre países desarrollados y en vías de desarrollo. Una persona de un país rico tiene 22 veces más posibilidades de ser un usuario de Internet que otra de un país pobre. Los servidores de Internet seguros, un indicador aproximado de la existencia de comercio electrónico, son 100 veces más comunes en los países ricos que en los pobres. En aquellos, además, los móviles están 29 veces más implantados que en estos y la penetración de la telefonía fija es 21 veces mayor. El coste del acceso a Internet en un país pobre, en relación con los salarios que se cobran en él, es 150 veces más caro que un servicio similar en un país rico. Y esta brecha se manifiesta igualmente en el interior de cada país. Las tecnologías de la información y la comunicación son a menudo inexistentes

456 R. Petrella, "Mundialización y tecnología", en *El País*, 30 de agosto de 2000.

> en áreas pobres o rurales de los países en vías de desarrollo.[457]

A continuación, y más allá de esta brecha digital, se antoja obligatorio analizar si se están verificando las promesas de interactividad y diversificación de las que rebosaban los mencionados discursos políticos y empresariales acerca de la liberalización del sector de las telecomunicaciones, la "desmasificación de los medios de comunicación"[458] y la necesaria democratización que conllevarían estas nuevas tecnologías. Ciertamente, como reconoce Castells, los medios de comunicación experimentan a partir de la década de los ochenta una gran reconversión con el recurso a tecnologías que permitían ediciones simultáneas del mismo periódico para zonas diferentes, la especialización de la radio con la aparición de emisoras temáticas y, sobre todo, una importante ampliación de la oferta televisiva mediante el desarrollo de la televisión por cable y vía satélite. Ahora bien, centrándose en la televisión, el profesor de la Universidad de Berkeley en ningún momento reconoce que esta particular *diversificación* se corresponda con un aumento efectivo de la pluralidad, mucho menos con aquella pérdida de poder de las grandes compañías mediáticas y de los gobiernos a manos de los ciudadanos que prevía Toffler en el apartado citado de "La Tercera Ola". Más bien, lo que detecta Castells es un reforzamiento de la tendencia inversa, con vertiginosos procesos de concentración, megafusiones y alianzas estratégicas al más alto nivel:

> El resultado neto de esta competencia y concentración empresarial es que mientras que la audiencia se ha segmentado y diversificado, la televisión se ha comercializado más que nunca y cada vez se ha vuelto más oligopólica en el ámbito mundial. [...] la diversificación de los medios de comunicación, debido a las condiciones de su control empresarial e institucional, no transformó la lógica

457 UNCTAD, *The Digital Divide Report: ICT Diffusion Index 2005*, Nueva York y Ginebra, 10 de mayo de 2006, p. III. Consultado en: http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=6994&intItemID=2068&lang=1&mode=downloads (última consulta: 20 de septiembre de 2006).

458 A. Toffler, *La Tercera Ola*, pp. 206-215.

> unidireccional de su mensaje, ni permitió realmente la retroalimentación de la audiencia, excepto en la forma más primitiva de la reacción del mercado.[459]

Esta tendencia oligopólica que Castells subraya con respecto a la televisión es plenamente respaldada por el examen que Robert McChesney, investigador de la Universidad de Illinois, realiza de las industrias culturales actuales y de su relación con el proceso globalizador que él prefiere calificar como "neoliberal" (acentuando así los riesgos que para la democracia participativa supone esta pretensión de dominación de todos los ámbitos sociales por la economía privada). De este modo, el autor estadounidense recurrirá para su análisis de la estructura presente de los medios de comunicación el término "oligopolio global", que toma de Christopher Dixon, analista de medios que afirma que "lo que estamos viendo es la creación de un oligopolio global. En este siglo ya ocurrió en las industrias del petróleo y de la automoción; ahora ocurre con la industria del entretenimiento"[460].

Las dos tendencias fundamentales, diferentes pero íntimamente relacionadas, que McChesney estudia sobre dicho "oligopolio global" son, por un lado, su acento en la *expansión por todo el mundo*, tratando de abrir así nuevos mercados que les permitan seguir creciendo aceleradamente y, sobre todo, una apuesta decidida por la *concentración* dentro del mismo sector y la *convergencia* con el resto de sectores. En este sentido, McChesney destaca las recientes megafusiones que han dado lugar a que el mercado de la comunicación esté dominado por los gigantes empresariales General Electric, AT&T/Libery Media, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi y Bertelsmann, los cuales controlarían (el texto data de 2002) los principales estudios cinematográficos y redes de televisión de EE.UU., en torno al 80% del mercado musical mundial, la práctica totalidad de las emisoras de radiotelevisión por satélite y por cable, una parte importante

459 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, pp. 373-374.

460 Citado en R. McChesney, "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en J. Vidal-Beneyto, *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002, p. 234.

de la televisión terrestre de Europa, un amplio sector de la edición comercial de libros y revistas, etc[461]. En medio de este círculo cada vez más restringido de competidores (y a veces *aliados*), McChesney puntualiza que el papel, antaño preponderante, de la radiotelevisión de titularidad estatal pierde importancia a pasos agigantados, concluyendo que ella "está ahora a la defensiva y va quedando progresivamente reducida a localizar un nicho semicomercial en el mercado global"[462].

Ahora bien, para este investigador dicho panorama global no quedaría completo si no contemplara el conjunto de cincuenta o sesenta empresas que dominan sus mercados nacionales o regionales, o que se han hecho fuertes en algún sector concreto, especialmente el editorial. Entre ellas destaca McChesney algunas como Dow Jones, Hearts, Knight-Ridder o Advance Publications, en EE.UU.; el Grupo Kirch, Mediaset (propiedad del ex-primer ministro italiano Silvio Berlusconi), PRISA, Pearson, Reuters y Reed Elsevier, en Europa; o Televisa, Globo, Clarín y el Grupo Cisneros, en Latinoamérica. Estas compañías controlan una porción muy importante de los medios de comunicación mundiales (televisión -incluyendo la emisión por cable y vía satélite-, radio, edición de periódicos y revistas, salas y productoras cinematográficas, etc.), establecen alianzas estratégicas con los mencionados gigantes para satisfacer las pretensiones de estos de penetrar en los mercados regionales (como es el caso de Televisa y Globo con la News Corp. de Rupert Murdoch) y, lo que no es menos importante, mantienen privilegiadas relaciones con los políticos nacionales y locales, hasta el punto que el mencionado "Tigre" Azcárraga llegó a afirmar sin tapujos "Soy soldado del PRI y del presidente"[463].

Este último punto resulta crucial si tenemos en cuenta la mencionada tesis de Castells acerca de la "repolitización del capitalismo informacional", según la cual, más allá de la retórica librecambista de la disolución y la no intervención estatal, de hecho los Estados constituyen

461 *Ibid.*, pp. 235-236.
462 *Ibid.*, p. 238.
463 C. Monsiváis, *op. cit*.

un agente político clave en el proceso de reestructuración del sistema capitalista, punto en el que McChesney coincide plenamente: "El sistema global de medios no es el resultado del `libre mercado´ ni de la ley natural, es consecuencia de una serie de importantes políticas estatales que han creado ese sistema"[464]. El ejemplo de la campaña de *lobby* que las principales compañías de medios de comunicación llevaron a cabo en 2000 para presionar en favor de la apertura del comercio con China, incluído el combate contra aquellos que protestaban por la represión a la libertad de expresión y de prensa en ese país, ilustra muy bien esta interrelación entre poder privado y poder estatal[465].

Finalmente, el investigador de Illinois también refuta las grandilocuentes esperanzas de descentralización y liberación que conllevaría Internet, al resaltar que algunas de las grandes fusiones de los últimos años han tenido como protagonistas destacados precisamente a empresas proveedoras de servicios o productoras de *software*. De este modo el autor constata que compañías como Telefónica, AT&T o Microsoft van a ejercer un amplio dominio sobre la Red y, más allá, sobre amplios sectores de los medios de comunicación, de lo que concluye que "aunque Internet es extraordinariamente prometedora en muchos aspectos, no puede por sí sola abatir el poder de los gigantes de la comunicación"[466].

A similares conclusiones llega Juan Carlos de Miguel, profesor de Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco, en su estudio "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia"[467]. En él este investigador parte de la fusión de AOL y TimeWarner a principios de 2000 como momento clave que inaugura "una nueva etapa para los grupos de comunicación"[468], marcada por el "gigantismo", la

464 R. McChesney, *op. cit.*, p. 243.

465 P. F. Duke, "House Vote Cracks China´s Great Wall"; en *Variety*, 29 de mayo-4 de junio de 2000, p. 10, citado en *idem*.

466 *Ibid.*, p. 245.

467 J. C. de Miguel, "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia", en E. Bustamante, (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de información*, pp. 227-256.

468 *Ibid.*, p. 245.

digitalización, la interconexión y la desregulación en el marco de la convergencia global del audiovisual, la informática y las telecomunicaciones. El grave riesgo que esto supone para la pluralidad comunicativa se ve agravado, según el autor, por la importante dificultad para aplicar las políticas anti-*trust* en un mercado tan complejo y diversificado, amén de la creciente laxitud de dichas políticas y de la gradual retirada de los poderes estatales del desempeño de estos cometidos.

Como contrapartida, de Miguel señala que estas megafusiones no están significando necesariamente un crecimiento exponencial de los beneficios de los grandes gigantes de la comunicación, que incluso llegan a obtener cuentas de resultados peores que las que obtenían las empresas fusionadas operando por separado. Si a ello se une la capitalización bursátil de muchos de estos grandes grupos y la exigencia, para atraer inversores, de boyantes resultados económicos, este proceso puede conducir a lo que el autor denomina las "patologías de gestión" (procedimientos empleados con el fin de "maquillar, ingresos o gastos, para que se traduzcan en mayores beneficios, o mayores dividendos a los accionistas, aunque con ello se transgredan los principios de contabilidad generalmente aceptados"[469]), cuyas consecuencias catastróficas quedaron de manifiesto en casos como los de Enron o WorldCom -que, a su vez, precipitaron la caída del líder de consultoría y auditoría, Arthur Andersen.

En medio de este inestable panorama, hay que remarcar el impresionante ascenso de una industria cultural muy reciente, la de los *videojuegos*, que contradice en términos generales la tendencia expuesta y que, de hecho, va camino de desbancar (y en muchos casos ya lo ha hecho) a otras más antiguas en el liderazgo del mercado audiovisual. En este sentido, basta con apuntar que en el año 2004 los ingresos de las diecisiete mayores compañías del sector alcanzaron la cifra de 24.500 millones de dólares. Eso sí, analizando con mayor detalle estos resultados queda plenamente patente la tremenda concentración que caracteriza ya a este joven sector audiovisual, pues de esa cifra total de

469 *Ibid.*, p. 246.

beneficios 16.700 millones se los reparten entre las cuatro corporaciones dominantes (Sony, Nintendo, Electronic Arts y Microsoft), según los datos del informe "*Market Leaders in the Video Game and Interactive Entertainment Industry*"[470], elaborado por DFC Intelligence, empresa de consultoría e investigación especializada en esta industria. A ello cabe añadir que las previsiones que se lanzan en estos informes apuntan a un crecimiento de este mercado hasta rebasar a finales de la década la barrera de los 30.000 millones de dólares. En cualquier caso, y volviendo a las conclusiones generales de "Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación", podemos comprobar que Enrique Bustamante coincide con los diagnósticos recogidos hasta ahora al afirmar que "la dinámica fundamental de las nuevas redes en este campo, en contradicción con su discurso de libre competencia dominante, [es] a la concentración creciente e incluso al oligopolio y el monopolio"[471].

Ahora bien, dejando de lado la titularidad de los medios de comunicación, cabría preguntarse en qué medida la mera multiplicación de emisores ha dado lugar a un incremento significativo de la diversidad cultural e informativa en nuestros días. Sin olvidar las reflexiones de Neil Postman o del propio Castells sobre la preeminencia del mero *entertainment* (en sus diversas declinaciones, informativa incluída), para analizar este punto se recurre en primer lugar al estudio acerca de la relación entre la desregulación del mercado comunicativo y el contenido de la información pública que el profesor de la Universidad de Washington, Lance Bennett, publicó en "La ventana global"[472]. Concretamente, interesa recoger aquí algunos de los datos que aporta este autor acerca del contenido mediático en EE.UU., por ser mucho más detallados que los referidos a Europa, así como desde el reconocimiento

470 DFC Intelligence, *Top Video Game Companies Generate Annual Revenue of $25 Billion According to DFC Intelligence* (nota de prensa), San Diego (EE.UU.), 22 de marzo de 2005. http://www.dfcint.com/news/prmar2205.html (última consulta: 10 de abril de 2006).

471 E. Bustamante, "Conclusiones: Un nuevo sistema de comunicación y cultura en gestación", p. 344.

472 W. L. Bennett, "La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública", en J. Vidal-Beneyto, *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002, pp. 249-268.

de la notable influencia de las industrias norteamericanas sobre nuestro continente y, en general, sobre el resto del mundo. Destaca sobremanera, en este sentido, la preponderancia que en los últimos años adquieren en los programas informativos las noticias "blandas" y de ocio, además de los sucesos catastróficos y, muy especialmente, la información sobre delitos violentos, en claro contraste con la disminución del tiempo dedicado a asuntos relacionados con la política internacional, la salud, la educación o el medioambiente, que llegaba a ser inferior al reservado para los anuncios publicitarios[473].

Esta tendencia a la "espectacularización" y el "sensacionalismo" de los informativos televisivos estadounidenses ha sido igualmente destacada por el catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona, Emili Prado Pico, quien lo interpreta como una de las "metástasis" (*sic*) de la expansión del *info-show* en los últimos años y de su fagocitación del resto de los géneros televisivos[474]. Al mismo tiempo, y como también reflejó Michael Moore en su documental de 2003 "*Bowling for Columbine*", esta constante presencia de la delincuencia en los medios no se corresponde con un incremento real de los índices delictivos y así, por ejemplo, en el periodo comprendido entre 1993 y 1996 las noticias sobre asesinatos en las redes nacionales de EE.UU. aumentaron un 700%, mientras que el índice de asesinatos se reducía simultáneamente en un 20%. Ello se vio acompañado, en el periodo que va entre 1977 y 1997, de un notable incremento general de la presencia de noticias relacionadas con escándalos, chismorreos y famosos tanto en los informativos televisivos, como en las portadas de revistas y diarios[475]. Si a ello se añade la ausencia de los recursos y la organización que permitan cribar la información política proveniente de agencias de relaciones públicas y gabinetes de comunicación de las diversas autoridades y corporaciones, la conclusión a la que llega Lance Bennett resulta demoledora:

473 *Ibid.*, p. 256.
474 E. Prado Pico, "Telerrealidad: Globalización y uniformización", en J. Vidal-Beneyto, *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002, pp. 390-391.
475 *Ibid.*, p. 257.

> En resumen, la espiral de eficiencia empresarial y dura competencia económica entre un número cada vez menor de grandes propietarios corporativos va en menoscabo de la profundidad, la diversidad y la responsabilidad social del contenido de la información pública. Al mismo tiempo las organizaciones mediáticas son más vulnerables al uso de la información y las ideas de historias producidas por gobiernos, organizaciones de intereses y otras fuentes partidistas. [...] Tal vez la consecuencia más irónica del periodismo maximizador de beneficios sea que debilita la confianza de las personas en la información que reciben, así como en los periodistas que la producen.[476]

Al hilo de esta última afirmación de Bennett, parece que llega el momento de interrogarse acerca de a qué queda reducida exactamente aquella capacidad de elección del "consumidor soberano" cuya *libertad* defiende apasionadamente desde hace décadas Jack Valenti, como ya hemos comprobado. ¿Acaso no nos encontramos ante un sistema comunicativo que ofrece a la mayoría de la población, como temía Aldous Huxley, una avalancha de información irrelevante y de dudosa credibilidad (o, como diría Neil Postman, de "desinformación"), por más *segmentada* que esta pueda llegar a ser, mientras que erige a la vez nuevos y sofisticados muros tecnológicos para acotar en el espacio público en red una serie de zonas de información exclusiva de alto valor a la que sólo puede acceder una élite privilegiada? Tal sospecha, en cualquier caso, está muy lejos de ser original a la luz de lo que Richard Hoggart escribía hace casi cuarenta años a propósito de las publicaciones escritas:

> La objeción a la simplificación y a la "fragmentación" [...] no se basa en un inconfesado lamento por el hecho de que, pese a que ya no somos analfabetos, no todo el mundo lee, por ejemplo, a T. S. Eliot. [...] Pero cuando uno contempla el incremento de la influencia que, en términos proporcionales, han llegado a alcanzar durante el mismo

476 W. L. Bennett, "La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública", p. 260.

> periodo las publicaciones simplificadas y fragmentarias, así como su fracaso para ser ni una pizca mejores que las de hace medio siglo, surgen muchas dudas sobre si podemos o no afirmar que se ha producido un incremento en la calidad de la lectura. Más bien parece como si se estuviera manteniendo a una enorme cantidad de gente en un nivel de lectura pésimo.[477]

En continuidad con estas reflexiones, conviene recordar la advertencia que lanzaba Manuel Castells al hilo del traumático proceso de "estratificación social" característico del nuevo entorno simbólico multimedia y que llevaría a una radical distinción entre aquellos usuarios con el capital económico, pero también *cultural* (empleando la terminología acuñada por Bourdieu), necesarios para elegir sus circuitos comunicativos e interactuar en ellos (*los interactuantes*) y aquellos otros, los *interactuados*, que se han de amoldar, con un margen de interactividad extremadamente reducido, no ya a una homogeneización completa, pero sí a "un número limitado de opciones preempaquetadas"[478]. En términos similares valora Enrique Bustamante la diversificación que se entreteje con la anterior masificación, ya que, si bien descarta en buena medida el riesgo de homogeneización cultural estrictamente unificadora, sí que alerta ante el peligro que supone la agudización de la fragmentación de los usuarios por factores socioeconómicos y culturales que trae consigo este emergente proceso de *masificación segmentada*. En síntesis, frente al alarmismo aún vigente entre ciertos autores ante la expansión de la caricaturizada como "cultura McDonald", a Bustamente le inquieta hondamente el hecho de que "la singularidad de esta cultura global estriba justamente en su capacidad de reclutar y absorber, de domesticar los repertorios locales de cualquier país, de `*indigenizar su producción´*..."[479].

Néstor García Canclini, por su parte, relaciona este proceso de fragmentación con el de *desregulación* neoconservadora que, bajo la

477 R. Hoggart, *op.cit*, p. 234.
478 M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1: La sociedad red*, p. 404.
479 E. Bustamante, "Las industrias culturales, entre dos siglos", p. 30.

pretensión de descentralizar las comunicaciones, las pone en manos de "empresas privadas monopolísticas". La consecuencia de ello es que tanto la comunicación como el arte y la información pasarían de ser bienes públicos a considerarse meras *mercancías* reservadas a aquellos con la capacidad adquisitiva para acceder a ellas, proceso que el autor equipara a la "fragmentación privatizada del espacio urbano", que agudiza la compartimentación social e impide a la mayoría circular por determinados espacios acotados sólo para privilegiados. La lectura que, a la luz de estas reflexiones, efectúa Canclini de aquella "desmasificación mediática" anunciada por Toffler pone claramente en cuestión sus pretensiones democratizadoras, al revelar la existencia de dos modelos informativos netamente separados: uno para las masas, marcado, en palabras de Miquel de Moragas, por el "enfoque espectacular"; y otro, definido por este mismo como "reservado, secreto, documentado"[480], que proporciona informaciones relevantes orientadas a la acción exclusivamente para una élite. "En este marco," apostilla Canclini, "la *fragmentación* de los públicos, fomentada por la diversificación de las ofertas, reduce la expansión de los bienes simbólicos. De hecho, lo que se produce es una *segmentación desigual* de los consumos"[481].

Antes de pasar a la segunda consideración básica de esta sección deseo referirme a otro aspecto que las industrias culturales en red están determinando poderosamente en la actualidad y que estimo relevante desde la óptica democrática, si bien este planteamiento se desarrollará más ampliamente en el próximo capítulo. Ahora me limito a exponer una de sus caras fundamentales, que se introduce con un sucinto comentario cinematográfico. En efecto, en el año 2000 entró de puntillas en la cartelera una película estadounidense de las catalogadas como "independientes" cuyo expresivo título era "Memento". Dirigida por Chistopher Nolan, este film narra de forma original y brillante la peripecia de un ejecutivo llamado Leonard Selby que, tras la agresión que le infligen durante un asalto a su domicilio, sufre una extraña enfermedad que le impide en adelante "fabricar recuerdos" que persistan

480 M. de Moragas, *Opinión pública y transformaciones en el uso de la información*, citado en N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 335.

481 N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 335.

en su memoria más allá de unos pocos minutos. Ello determina que, más allá de ese lapso temporal, no pueda recordar ni dónde vive, ni qué coche conduce, ni siquiera qué fue de su mujer en aquel fatídico asalto y tampoco cuál es el objetivo que impulsa sus pasos en ese momento. Plenamente consciente de su estado, Selby va a todos lados armado de una cámara Polaroid, que le proporciona fotografías instantáneas de objetos y personas que le interesa rememorar, y de un rotulador con el que anota al dorso de ellas indicaciones que le permiten utilizar las fotos para orientarse (estas anotaciones van desde "mi coche" hasta "no te fíes de él"). La flaqueza de su memoria lo obliga incluso a tatuarse por todo el cuerpo la información básica que ha de guiarle hasta su obsesiva y trágica meta vital. El caso es que al contemplar ciertas dinámicas comunicativas actuales, incluída la tendencia a estrategias culturales *de tierra quemada* que borran cualquier rastro de valores, costumbres y creencias anteriores (aunque ello se ejecute mediante la mencionada "*indigenización*"), cabe preguntarse si la "enfermedad" que padece Leonard Selby resulta tan atípica y excepcional en esta era de la información.

Acaso Javier Echeverría haya sido uno de los autores que más claramente ha definido esta *mutación mnemónica* de nuestros días al establecer como una de las distinciones fundamentales entre el E3 y los otros dos tradicionales aquella que contrapone dos formas diferenciadas de memoria. La primera de ellas, absolutamente preeminente en el E1, es la memoria *natural* que los seres humanos almacenamos internamente y que se difunde, se preserva, se recupera y se enriquece "gracias a las diversas *artes de la memoria*, tan importantes en las culturas basadas en la tradición oral"[482]. A ella se opone la "memoria artificial externa" que, según el profesor navarro, surge ya como una gran ruptura con la conformación del E2 (si bien en él, subraya, "la metamemoria sigue siendo mental e interna", esto es, las claves para encontrar los soportes físicos donde se plasmaban por escrito los recuerdos), pero que se implanta plenamente en E3, donde tanto la memoria como la metamemoria tienden a ser artificiales y mucho más alejadas del hombre que en la época anterior (ya que la recuperación de datos también se

482 J. Echeverría, *op.cit*, p. 108. (La cursiva es mía).

realiza mecánicamente y no requiere la presencia física del documento, sino sólo su representación electrónica).

Amén de la proliferación de soportes para la consolidación de una memoria íntima, que anteriormente quedaba en segundo plano frente a la memoria colectiva, hay que enfatizar la drástica transformación social que implica esta configuración de dispositivos de mecanización y automatización de la memoria, los cuales sumergen de lleno la clásica mnemotecnia en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Este hecho es igualmente destacado por Armand Mattelart, quien insta a reflexionar urgentemente sobre las consecuencias del "proceso de exteriorización de la memoria" subrayado por Bernard Stiegler en "El Tiempo y la Técnica"[483], al considerar que

> en los sistemas de estructuración del sentido por medio de la digitalización de los conocimientos, subyace un modelo geocultural que podría imponer como criterio de la universalización un modo particular de pensar y de sentir, una forma de "organizar la memoria colectiva".[484]

En cualquier caso, la opinión que Echeverría expresa acerca de este cambio es bastante más optimista, pues el autor defiende que tal memoria artificial externa podría acabar con los monopolios de la memoria que, a su juicio, predominaban en E1 y E2, permitiendo una mayor difusión y accesibilidad con respecto a la memoria colectiva (recordemos en este punto a los migrantes sudamericanos que participaban de la memoria colectiva de su pueblo gracias a la utilización de una grabadora). Sin descartar lo que hay de positivo en estos aspectos se recogen aquí sintéticamente algunas aportaciones que plantean severas críticas a dichas transformaciones de la memoria, más allá de la descripción de Javier Echeverría.

Estimo interesante comenzar de nuevo refiriéndome al fundador del CCCS, Richard Hoggart, quien se ocupó en "*The Uses of Literacy*"

483 B. Stiegler, *El Tiempo y la Técnica*, Ediciones Hiru, Hondarribia, 2003.
484 A. Mattelart, *La mundialización de la comunicación*, p. 119.

de la transformación en la visión del tiempo y del pasado que afectaba a los miembros de la clase obrera inglesa con la expansión de las publicaciones escritas de carácter masivo. De este modo, como ya se refirió brevemente en el punto 2.4.1, el sociólogo de Leeds examina de qué manera las apelaciones de los "publicistas de masas" concernientes al hedonismo y a lo que él denomina el "progresivismo" se enraízan en el deseo de disfrutar al día los goces presentes sin detenerse a pensar en un futuro ampliamente incierto (lo que resume en la frase "*enjoy y´self while y´can*"). Si a ello se une la falta de acierto que Hoggart achacaba a la moderna enseñanza pública para dotar a los jóvenes escolarizados de una educación que les permitiera entender el sentido histórico de los procesos sociales (y no acumular datos inconexos), estas personas se verían fácilmente abocadas a "la tentación de vivir en un presente constante".

Dada esta visión del mundo en la que el pasado queda sepultado por la mutación incesante del presente que, con su dictado de que "cualquier cambio es a mejor siempre que se produzca en sucesión cronológica"[485], convierte a aquel en un elemento extraño y ridículo, algo *pasado de moda* (*old-fashioned*), Hoggart alerta ante el riesgo de un proceso acelerado de *devaluación de la memoria*. Pues no se trata aquí, advierte el sociólogo inglés, de la impaciencia característica de algunas personas, sobre todo las más jóvenes, que se desesperan ante el conservadurismo ante la innovación y el apego recalcitrante a lo ya conocido de ciertos mayores. La dinámica a la que se refiere este autor consistiría más bien en un vertiginoso viaje a ninguna parte que quedaría sintetizado con la descripción que el filósofo católico John Henry Newman, en un discurso acerca de su concepción de la universidad, incluye acerca de los marineros:

> Los marineros, por ejemplo, recorren el mundo de un extremo a otro; pero [...] parece que vieran el tapiz de la vida humana por el lado equivocado, y este lado no les dice nada [...] y nada de lo que aparece a su encuentro los transporta hacia adelante o hacia atrás, a alguna idea más

485 R. Hoggart, *op. cit.*, p. 191.

> allá de sí mismo. Nada posee una deriva o una relación; nada posee una historia o una promesa. Todo está simplemente ahí, y va y viene sucesivamente, como las escenas cambiantes de un espectáculo, que dejan al espectador justo donde estaba.[486]

Esta inquietud manifestada por Hoggart ya en los cincuenta ante la pérdida de la historia y el inmovilismo *a la última* de los "bárbaros en el país de las maravillas" ("*barbarians in wonderland*") que traería aparejados la ideología del "*progressivism*" es recogida varias décadas después por Neil Postman en "Tecnópolis". En efecto, el pedagogo estadounidense abre dicha obra citando un pasaje de los "Diálogos" de Platón con el que trata de ilustrar de qué manera la tecnología ha pasado a ser "un enemigo particularmente peligroso", en este caso concreto, en lo tocante a la preservación de la memoria de los hombres. En él Sócrates relata cómo el dios egipcio Theuth, inventor de la aritmética, la geometría o la astrología, presenta ante el rey de Egipto, Thamus, su último invento, la escritura, del que afirma ufano que contribuirá a aumentar la memoria de sus súbditos, a lo que el monarca replica de esta manera:

> Oh, Theuth, excelso inventor de artes, [...] tú, como padre que eres de las letras, dijiste por cariño a ellas el efecto contrario al que producen. Pues este invento dará origen en las almas de quienes lo aprendan al olvido, por descuido del cultivo de la memoria, ya que los hombres, por culpa de su confianza en la escritura, serán traídos al recuerdo desde fuera, por unos caracteres ajenos a ellos, no desde dentro, por su propio esfuerzo. Así que no es un remedio para la memoria, sino para suscitar el recuerdo lo que es tu invento. Apariencia de sabiduría y no sabiduría verdadera procuras a tus discípulos.[487]

486 J. H. Newman, "Knowledge Viewed in relation to Learning" (Discurso VI), en *The Idea of University*, 1852.
Consultado en: http://www.newmanreader.org/works/idea/discourse6.html (última consulta: 22 de septiembre de 2006). (La traducción es mía).

487 Platón, "Fedro" (274 E-275 B), en *Platón: El Banquete, Fedón y Fedro*, Orbis, Barcelona, 1983, p. 365.

Más allá del marcado determinismo tecnológico de tal discurso, se antoja altamente sugerente la crítica que Thamus contrapone a las alabanzas pronunciadas con respecto a la escritura y, más particularmente, a su sutil distinción entre los "recuerdos" y la "memoria". De hecho, tal distinción podría corresponder a aquella que Raymond Williams establecía entre *lo arcaico* y *lo residual*, esto es, entre elementos del pasado que no siguen vivos actualmente y aquellos otros que sí, es decir, que siguen *presentes* hoy. Ahora bien, Neil Postman ya había expresado unos años atrás su preocupación por el destino de la memoria en "Divertirse hasta morir", donde, aunque también se refiere a la escritura, se centra en la preeminencia que, a su juicio, ha ganado sobre ella *la imagen*. Según él, su omnipresencia en los discursos contemporáneos (refiriéndose específicamente a la televisión) condena cada vez más al ostracismo a la *historia*, cuyo tratamiento mediático, fundado en la fragmentación y la desconexión icónicas, contradice obstinadamente la creencia de que el pasado constituye un mundo en el que poder encontrar modelos que contribuyan a interpretar y enriquecer la vida presente. En este sentido, el diagnóstico que realiza Postman acerca de la influencia de la televisión y, en general, de la imagen sobre la memoria social no difiere demasiado del expresado por el monarca egipcio en respuesta a Theuth: "No rehusamos recordar [en alusión a la "renuncia a recordar" que, según el premio Nobel de Literatura de 1980, Czeslaw Milosz, caracterizaría nuestra época], ni tampoco encontramos totalmente inútil el recordar. Más bien, se trata de que nos estamos volviendo *incapaces de recordar*"[488].

Finalmente me referiré brevemente a Martín-Barbero y García Canclini, autores que, en las investigaciones comunicativas que realizan desde Sudamérica, también han dedicado su atención a esta cuestión, entendiéndola como plenamente relacionada con las problemáticas culturales que ellos analizan. El primero (en un planteamiento sobre el que volveré en el próximo capítulo) insiste en la importancia capital de la *memoria* como enlace con las culturas populares, así como en la eliminación que trata de imponerse sobre esta por parte de las instancias

488 N. Postman, *Divertirse hasta morir*, p. 143.

de poder para imponer un tiempo uniforme y sin fisuras. En este mismo sentido, el examen que este profesor efectúa de los mecanismos específicos que caracterizan el funcionamiento de la televisión lo llevan a coincidir con Neil Postman al identificar entre ellos la homogeneización de todas las temporalidades en un único tiempo que prescinde de las "anacronías" propias de las diversas culturas y provoca que la memoria quede progresivamente obturada.

En cuanto al investigador argentino, desarrolla en "Culturas híbridas" una crítica al modo en que los medios construyen la representación de la cultura popular con el propósito de incorporar sus elementos más prominentes a la cultura hegemónica, dentro de la cual subraya un aspecto que tiene que ver con esta *amnesia* que aquí se defiende que se ve agudizada por la configuración y expansión reticulares de las industrias culturales. Se trata del hecho de que dicha construcción sigue estrictamente la lógica de mercado que, al tiempo que busca una rápida y extensa difusión (lo popular en el sentido de algo muy conocido), exige igualmente su pronta *caducidad* y relevo por el siguiente producto de moda, de acuerdo con "una ley de la obsolescencia incesante" que determina que "lo popular, precisamente por ser el lugar del éxito, sea también el de *la fugacidad y el olvido*"[489]. De este modo, las industrias culturales estarían promoviendo una sucesión febril de textos e imágenes que, una vez pasados sus correspondientes *quince minutos de fama*, quedarían relegados al olvido, sin posibilidad de ser recuperados más que en forma de representaciones artificiales como las que componían el puzzle desquiciante en que se convirtieron los recuerdos del protagonista de "Memento".

3.2.2.2. Industrias culturales y derechos (de explotación) de autor

En primer lugar, hay que comenzar por aclarar el título elegido para este punto, que un estadounidense no comprendería si no conociera la legislación europea en la materia. A raíz del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas del 9 de septiembre de

489 N. García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 241. (La cursiva es mía).

1886 (y de sus sucesivas ampliaciones y adaptaciones en París en 1896, Berlín en 1908, etc.), los estados firmantes (eminentemente europeos) se comprometían al reconocimiento de los *derechos de autor*, dentro de los cuales se efectuaba una distinción entre derechos *morales* y los derechos *patrimoniales*, más conocidos como derechos de explotación.

Los primeros son de carácter inalienable y le son concedidos al productor de una obra por el simple hecho de haberla creado (en EE.UU. esto era diferente hasta hace poco, pues el autor tenía que haber registrado oficialmente su obra para ejercer sus derechos), estableciéndose que "independientemente de los derechos patrimoniales del autor, e incluso después de la cesión de estos derechos, el autor conservará el derecho de reivindicar la paternidad de la obra y de oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de la misma o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio a su honor o a su reputación" (artículo 6 bis). En cuanto a los segundos, el autor sí puede optar por cederlos a terceros (algo muy habitual) y ellos implican la potestad, con ciertas excepciones, de decidir acerca de la explotación comercial de su obra mediante reimpresiones, grabaciones y demás dispositivos de reproducción mecánica, además de poder exigir remuneración a cambio de adaptaciones, traducciones y demás usos *derivados* que se hagan de ella. La legislación de *copyright* de los EE.UU. chocaba frontalmente con esta división pues, como su nombre indica, ella sólo se ocupa del "derecho de copia", esto es, de los llamados derechos de explotación de la obra, sin que se le reconozca al autor derecho moral alguno para restringir el uso que se haga de ella o para decidir acerca de las adaptaciones. De hecho, como señala Mattelart en "La mundialización de la comunicación", esta concesión habría sido incompatible con la implantación en esta nación del *syndicate*, un poderoso intermediario que enajena el derecho de copia de los autores, quienes junto con ellos estarían cediendo a estos productores el poder para modificar la obra y restringir la disposición a ella por parte de terceros. He aquí una de las razones fundamentales por la que EE.UU. se niega desde entonces hasta hoy a conceder a los autores mayores cotas de decisión sobre las obras que producen.

La cuestión es que, para lo que aquí nos importa, la concepción estadounidense resulta bastante clarificadora, pues la referencia al *copyright* reconoce abiertamente que de lo que se está hablando cuando se invoca a los sacrosantos autores es simplemente acerca del aspecto crematísticolucrativo, y de ningún modo moral, de los famosos derechos de autor. Ello resulta aún más claro si constatamos que a día de hoy la mayoría de estos derechos de explotación (sobre todo en el sector audiovisual) han sido cedidos a las grandes industrias culturales o a las sociedades de gestión (en las que aquellas participan, por supuesto, como en el caso paradigmático de los músicos españoles), que son las que realmente los manejan. Así pues, espero que el título de este punto sea suficientemente ilustrativo y permita evitar la confusión, tan habitual como interesada, en que se incurre cuando, para defender determinados intereses lucrativos muy tangibles, se apela a la moral y metafísica autorial[490].

La última vez que se trató explícitamente esta cuestión fue al final del apartado 3.2.1.8, concretamente cuando aquel joven empresario llamado William Gates III tildaba a la mayoría de *hobbyists* informáticos del *Homebrew Computer Club* de criminales, espetándoles que "lo que vosotros hacéis se llama robo". Desde entonces, tanto los dirigentes de las grandes productoras y grupos editoriales, como la inmensa mayoría de políticos, directores de informativos, fuerzas del orden y, por supuesto, el propio Bill Gates y demás fabricantes de *software* y negociantes informáticos han obtenido un gran éxito en la propagación a escala planetaria de una retórica todavía más virulenta, que, en nombre de los derechos (de explotación) de autor, condena a cientos de millones de personas de todo el mundo, por actividades muy diversas, a la categoría de "piratas". He aquí lo que Mattelart considera un

490 Si bien este no es el lugar en el que poder desarrollarla, me limito a constatar la crítica profunda que tales nociones han merecido desde hace al menos varias décadas (como se reflejó, por ejemplo, en el punto 2.3), y que toma cada vez más fuerza. De hecho, tal crítica supondría, de entrada, desmantelar completamente el Convenio de Berna que, impulsado de forma importante por autores como Victor Hugo, asumía como eje central de sus disposiciones la figura del autor individual y sus correspondientes atribuciones *paternales*.

> frente crucial en el que se ventila la suerte del proyecto librecambista de globalización de las industrias culturales y de la información, hasta tal punto que muchos se inclinan por ver ahí la auténtica clave de la guerra económica mundial que se libra a través de la cultura.[491]

En cualquier caso, y antes de entrar en materia, conviene precisar qué uso se le viene dando a este equívoco concepto de "piratería" y, más importante aún, si ello siempre ha sido así. No se trata, por supuesto, de remitirnos al contexto marítimo de expolio y sangre, tibias y calaveras, en que nació el término, sino que simplemente se retrocederá brevemente hasta comienzos del siglo XX, siguiendo el sugerente repaso histórico que de dicho concepto emprende Lawrence Lessig al comienzo de "Por una cultura libre"[492]. En este sentido, el planteamiento del catedrático de Stanford resulta plenamente rotundo con respecto a la práctica totalidad de sectores de las industrias culturales:

> Si la "piratería" significa usar la propiedad creativa de otros sin su permiso —si es verdad lo de "si hay valor, hay derecho" [el autor alude aquí a la fórmula defendida por los grandes grupos comunicativos e instituciones como la MPAA, según la cual siempre que alguien extraiga un beneficio -incluído el no lucrativo- de una obra creativa, cabe exigir una remuneración compensatoria]— entonces la historia de la industria de contenidos es una historia de piratería. *Cada uno de los sectores importantes de los "conglomerados de medios" de hoy en día —el cine, los discos, la radio y la televisión por cable— nació de una forma de piratería, si es así como la definimos*.[493]

A lo largo de las siguientes páginas el autor se lanzará a una precisa revisión de los orígenes de dicha industria, dejando en evidencia

491 A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria*, p. 423.

492 L. Lessig, *Por una cultura libre: cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2005.

493 *Ibid.*, p. 73. (La cursiva es mía).

lo contradictorio que resultan sus pleitos actuales a la luz de su trayectoria pasada. Entre todas estas historias, destaca sobremanera aquella que relata el nacimiento de la Meca del Cine, la cual, según Lessig, "fue construida por piratas en fuga"[494]. De este modo, el abogado explica que la razón de que los más importantes estudios cinematográficos de EE.UU. se asentaran desde comienzos del siglo XX en Hollywood (California) no se debe a que allí se reunieran en ese momento los más importantes actores, directores y productores, sino a que buena parte de ellos se vieron obligados, para desarrollar su oficio, a huir lo más lejos posible de la costa este. Pues allí Thomas Edison, inventor del cine, hacía valer desde hacía años el monopolio *de facto* que el estricto sistema de patentes de EE.UU. le otorgaba a su Compañía de Patentes de Películas (MPPC, *Motion Pictures Patent Company*). Estimo interesante citar aquí *in extenso* un fragmento en que el historiador de cine J. A. Aberdeen expone muy ilustrativamente la situación que se vivía en la naciente industria del cine en aquel momento:

> Se había dado de plazo hasta enero de 1909 para que todas las compañías cumplieran con la licencia. Ya en febrero, los proscritos sin licencia, que se referían a sí mismos como *independientes*, protestaron contra el trust y continuaron con su negocio sin someterse al monopolio de Edison. En el verano de 1909 el movimiento independiente estaba en pleno apogeo, con productores y dueños de cines usando equipo ilegal y celuloide importado para crear su propio mercado *underground*.
>
> Con el país atravesando una tremenda expansión en el número de cines, la Compañía de Patentes reaccionó contra el movimiento independiente creando una empresa subsidiaria de corte represivo, conocida como la Compañía General del Cine, con el fin de bloquear la entrada de independientes sin licencia. Con tácticas coercitivas que se han hecho legendarias, esta Compañía confiscó equipo ilegal, suspendió el suministro de producto a los cines que mostraban películas sin licencia y monopolizó *de facto* la

494 *Idem*.

> distribución mediante la adquisición de todos los sectores del mercado cinematográfico estadounidense, excepto aquel que pertenecía al independiente William Fox, que desafió al Trust incluso después de que su licencia fuera revocada.[495]

Perseguidos de este modo tanto judicial como extrajudicialmente (el director e historiador de cine Marc Wanamaker llega a relatar cómo "se interrumpieron las filmaciones con el robo de la maquinaria, y con frecuencia ocurrían `accidentes´ que acababan con la pérdida de negativos, equipo, edificios y a veces con la integridad física"[496]), todos aquellos creadores independientes que querían producir y exhibir obras cinematográficas (entre los que se encontraba, como comprobamos, el "independiente" William Fox) buscaron refugio al otro extremo de la nación, donde por entonces no llegaban las leyes de patentes. Para cuando llegaron, además, el monopolio de dichas patentes había expirado ya, de modo que los "independientes" dispusieron así del tiempo suficiente para poner los cimientos de la industria del cine que actualmente conocemos. "Los Napsters de aquel tiempo, los `independientes´", concluye Lessig, "eran compañías como la Fox. E igual que hoy, esos independientes encontraron una fuerte resistencia"[497].

¿Cómo se ha llegado entonces a la situación actual, en que las poderosas industrias culturales tachan de criminales precisamente aquellas prácticas mediante las cuales ellas mismas nacieron? A lo largo de las siguientes páginas, me basaré ampliamente en la citada obra de Lessig (asumiendo que, pese a que en el trasfondo de ella se encuentra la legislación estadounidense, su solidez permite aplicar sin dificultades sus reflexiones a otros muchos contextos) para tratar de esbozar un panorama de la cuestión que permita esclarecer los puntos básicos de tal

495 J. A. Aberdeen, *Hollywood Renegades: The Society of Independent Motion Picture Producers*, Cobblestone Entertainment, Palos Verdes Estatales (California), 2000. Consultado en: http://www.cobbles.com/simpp_archive/edison_trust.htm (última consulta: 22 de septiembre de 2006) (La traducción es mía).

496 M. Wanamaker, "The First Studios", en *The Silents Majority*, consultado en: http://www.free-culture.cc/notes/12.pdf (última consulta: 22 de septiembre de 2006).

497 L. Lessig, *Por una cultura libre*, p. 74.

"guerra económica mundial que se libra a través de la cultura".

Para empezar echemos mano de otra de las célebres declaraciones de Jack Valenti, el presidente de la MPAA durante treinta y ocho años y uno de los más influyentes *lobbyists* de Washington de todos los tiempos, concretamente de una extraída de un discurso pronunciado ante el Congreso estadounidense en 1982:

> A pesar de las extensas argumentaciones, a pesar de los ataques y de las defensas, a pesar de los tumultos y los gritos, los hombres y mujeres razonables seguirán volviendo sobre la cuestión fundamental, el tema central que anima todo este debate: *los dueños de la propiedad creativa deben recibir los mismos derechos y protecciones que los demás dueños de una propiedad tienen en este país*. Ése es el asunto. Ésa es la cuestión. Y ésta es la base sobre la que se tiene que asentar toda esta vista y los debates que la sigan.[498]

No me detendré ni un instante aquí en refutar el fundamento económico de tal argumento (que una idea es igual que una manzana o, menos literariamente, que la fabricación de un alfiler es idéntica a la de un libro), puesto que considero que fue suficientemente examinado en el apartado 3.2.1.1, sino que lo me interesa en este punto es su fundamento legal o, mejor dicho, *la ausencia de tal fundamento*. Y ello, en virtud de dos razones básicas, una de índole *técnica* y otra, mucho más decisiva, centrada en los principios sobre los que se cimenta la legislación de derechos de autor de la mayor parte del mundo, desde que en 1710 el "Estatuto de Ana" recogiera por primera vez el *copyright* con respecto a los editores de libros.

La primera es muy sencilla, y no es necesario abundar sobre ella. Se trata de un aspecto que parte de las características de la "economía de las ideas" que se analizaron previamente y, más concretamente, de la definición de las ideas como bienes de consumo "no rivalitario", en los que concurre que el aprovechamiento que alguien

498 Citado en *ibid.*, p. 134.

pueda extraer de ellas no mengua ni un ápice por el hecho de no *poseerlas* (en el sentido de propiedad absoluta y exclusiva). Ello no implica, advierte Lessig, que no se puedan adjudicar determinados derechos sobre ellas a sus productores, en la medida en la que ello sea susceptible de proporcionales un *incentivo* para seguir produciéndolas, sino que lo que carece de sentido es concederlos para proteger una propiedad exclusiva que no resulta en absoluto necesaria para que tal producción se desarrolle.

> La ley, pues, posee una razón para proteger a los autores, *al menos en tanto en cuanto*, actuando así, *les proporciona un incentivo para que produzcan*. En el caso de la propiedad ordinaria, la ley debe crear incentivos tanto para producir como para proteger el derecho de posesión; en el de la propiedad intelectual, sin embargo, necesita solamente crear el incentivo para producir.[499]

La segunda de las razones sí resulta plenamente trascendental, más aún si tenemos en cuenta los ímprobos esfuerzos que desde numerosas instancias (industrias culturales -y no culturales-, la OMC y demás organizaciones globales, la inmensa mayoría de los partidos políticos, universidades y demás centros de enseñanza, así como cierto sector científico y artístico) se están llevando a cabo para liquidarla del debate público sobre estas cuestiones. Nos centraremos en la explicación que Lessig ofrece refiriéndose a la Constitución de EE.UU. de 1789, ya que es patente que el grueso de la legislación posterior sobre propiedad intelectual adopta plenamente el "espíritu" (como dicen los abogados) recogido en la cláusula del artículo 1, sección 8, párrafo 8 que el catedrático de Stanford analiza. En ella se le otorga al Congreso el poder para "promover el Progreso de las Ciencias y las Artes aplicadas, garantizando a Autores e Inventores, por Periodos limitados, el Derecho exclusivo sobre sus respectivos Escritos y Descubrimientos"[500].

499 L. Lessig, *Code and other laws of cyberspace*, consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter10/Ch10Part7 (última consulta: 22 de septiembre de 2006).

500 *Ibid.*, http://codebook.jot.com/Book/Chapter10/Ch10Part8

Lessig insiste en la capital importancia de la construcción gramatical de esta disposición, de la que se desprende que el *monopolio* que el Congreso concede a autores e inventores no es más que un *instrumento* consagrado a alcanzar un objetivo superior. Dicho objetivo implica directamente la introducción esencial de la noción de bien público en este apartado de la Constitución, concretamente bajo la forma del "dominio público" ("*public domain*") al que las obras habrían de pasar para aprovechamiento de toda la sociedad al cabo de ese tiempo *limitado*: "Se trata de comunismo, en el núcleo mismo de la protección de la propiedad intelectual que garantiza nuestra Constitución. Consecuentemente, *esta `propiedad´ no es propiedad en el sentido ordinario del término*"[501]. En este punto, el profesor de Stanford se pregunta cómo hemos llegado al cabo de este periodo de más de dos siglos a la situación actual, en la que esta *sui generis* propiedad pasa crecientemente a ocupar el centro de la regulación sobre las ideas, desplazando cada vez más dicho *núcleo comunista* que previamente garantizaba el acceso y disfrute públicos de los inventos y las obras artísticas. El análisis de la configuración actual de la regulación sobre derechos de autor que realiza Lessig para responder a esta interrogante resulta muy clarificador y por eso se recogen aquí sus ideas más destacadas.

Dichas ideas parten, como ya sucediera en "El Código", del presupuesto básico de la combinación de instancias reguladoras (la ley, las normas, el mercado y la arquitectura -el código-), si bien en el ámbito de la propiedad intelectual Lessig deja de lado casi por completo la segunda de ellas, esto es, la regulación indirecta a través de la influencia sobre las normas sociales. Así, por lo que respecta a las leyes, el autor destaca sobremanera el importante aumento de la duración de los monopolios concedidos a los autores, que en 1790 estaban restringidos a catorce años renovables opcionalmente durante otros catorce y que, con la última ampliación efectuada en 1998 mediante la Ley Sony Bono, se extienden (obligatoriamente y para las obras pasadas y futuras sometidas a *copyright*) nada menos que a toda la vida del autor más setenta y cinco (en el caso de que el titular de los derechos sea una persona) o noventa

501 *Idem*. (La cursiva es mía).

años (para las empresas) después de su muerte[502]. Y qué duda cabe que la influencia de lo que se dicte en EE.UU. en esta materia marca de forma muy importante el resto de legislaciones, de modo que en Europa las obras pasan generalmente al dominio público setenta años después de la muerte del autor[503] y en México desde 2003 este plazo *post mortem* se ha expandido hasta alcanzar ¡los cien años! El diagnóstico que Lessig hace de esta expansión de los "Periodos limitados" que exige la Constitución antes de la puesta a disposición pública de las obras es bastante sombrío:

> después de estos cambios, no está claro si es siquiera posible poner obras en el dominio público. El dominio público se queda huérfano a causa de estos cambios en las leyes del *copyright*. A pesar del requisito de que los plazos estén "limitados", no tenemos ninguna prueba de que nada vaya a limitarlos.[504]

Ahora bien, para Lessig el impacto que adquiere la regulación mediante leyes se agrava considerablemente cuando dichas leyes actúan en conjunción con la arquitectura. En este sentido, el profesor insiste en una tesis que desarrolló ampliamente en "El Código", según la cual, frente a los discursos apocalípticos que consideran que en el ciberespacio la propiedad intelectual sufre la mayor amenaza de toda su historia, siendo la cultura más vulnerable que nunca a la "piratería", "el

502 El catedrático de Stanford llevó hasta el Tribunal Supremo esta ampliación de los plazos defendiendo su inconstitucionalidad por suponer la práctica supresión del dominio público (no se liberarían obras en décadas) y contradecir así la cláusula mencionada en la que se estipula la limitación de los plazos. Un análisis muy interesante de este proceso, que Lessig perdió, lo recoge el profesor en el capítulo 13 de "Por una cultura libre".

503 Muchos diarios nacionales han cubierto ampliamente la presentación gratuita que David Bisbal, uno de los cantantes salido del programa "Operación Triunfo" y fichado por la discográfica Vale Music, ha hecho de su último disco en el Parlamento Europeo de Estrasburgo el 24 de octubre de este año. El objetivo declarado de tal concierto, apadrinado por la SGAE, es ganarse las simpatías de los parlamentarios para que se extienda el plazo de *copyright* sobre las grabaciones fonográficas de los cincuenta años actuales a noventa y cinco.

Ver: http://www.diariosur.es/prensa/20061021/gente/bisbal-cantara-bruselas-favor_20061021.html (última consulta: 25 de octubre de 2006).

504 L. Lessig, *Por una cultura libre*, p. 150.

ciberespacio está a punto de conceder a los propietarios de derechos de autor el mayor regalo de protección que jamás hayan conocido", añadiendo a continuación que "la lección que nos enseñará el futuro será que el *copyright* está *demasiado bien protegido*"[505].

Y es que para Lessig las modernas tecnologías (por ejemplo, las famosas *anti-copia* insertas en los discos compactos de música) que están implementando ciertas compañías para impedir *de facto* que se puedan reproducir sus obras, incluso aunque ello sea sólo para usos protegidos legalmente, como es el caso de la "copia privada" o la "copia de seguridad", ejecutan con una perfección y una rigurosidad extremas restricciones que antes no era posible controlar de forma efectiva, con lo cual llegan a traspasar ampliamente el límite de lo recogido en la propia ley. En este caso sería de sentido común afirmar que aquel que logre romper dicha protección simplemente estaría ejerciendo un derecho que de otra forma se le vería negado por la mera intervención de un código respaldado por programadores, y no por jueces. Lamentablemente, el sentido común choca en este caso con dos dificultades fundamentales que Lessig pone de relieve en su obra. La primera es muy sencilla y la expresa el autor de esta manera:

> En Internet [...] no hay trabas a las reglas tontas, porque [...] las reglas son cumplidas, no por seres humanos, sino por máquinas: [...] Y el problema con las regulaciones implementadas con código es que, a diferencia de la ley, el código no tiene vergüenza.[506]

La segunda es bastante más compleja y significa la intervención de la ley para complementar dicha arquitectura de un modo cuya perversión no se le escapa a Lessig. El ejemplo que ofrece al respecto no resultará demasiado tranquilizador para algunos de los lectores de esta tesis, aunque sólo sea desde un punto de vista de corporativismo académico, pues se basa en las amenazas legales que la *Recording*

505 L. Lessig, *Code and other laws of cyberspace*, consultado en: http://codebook.jot.com/Book/Chapter10/Ch10Part3 (última consulta: 22 de septiembre de 2006).

506 L. Lessig, *Por una cultura libre*, p. 161.

Industry Association of America (RIAA) lanzó en 2001 contra Edward Felten, prestigioso profesor de la Universidad de Princeton a cuyo asesoramiento recurrió el Gobierno de EE.UU. en el célebre "caso Microsoft". Este docente, junto con sus colaboradores, estaba preparando por entonces una ponencia en la cual pretendían criticar el sistema de encriptación que la Iniciativa para la música digital segura (SMDI, en inglés) diseñaba en ese momento como alternativa para la distribución musical por Internet, describiendo sistemáticamente cuáles eran los fallos que contenía dicha tecnología y defendiendo consecuentemente el fracaso al que podría verse abocada. Ello lo hizo merecedor de una carta de la RIAA en la cual se le advertía que podría ser denunciado si llegaba a publicar dicha ponencia puesto que, en virtud de la *Digital Millenium Copyright Act* (DMCA), difundir información acerca de cómo romper una tecnología de protección del *copyright* constituye *per se* un delito:

> La DMCA regulaba todo dispositivo que estuviera diseñado para saltarse medidas de protección del *copyright* [...] sin que importara si el uso del material con *copyright* hecho posible por esa ruptura de la protección fuera un violación del *copyright*.[507]

Acaso para captar en toda su amplitud lo que significa este tipo de leyes que respaldan el control casi perfecto mediante el código de todos los usos (legales o no) que se hagan de una obra sea necesario cierto toque de humor (negro). A ello contribuye Lessig en este punto al citar la sentencia de 1981 por la cual un Tribunal de California prohibía los reproductores de video al considerar que constituían en sí mismos una violación del *copyright* ya que permitían la realización de copias de películas sin el permiso del poseedor de los derechos de explotación de dicha obra. Como reacción a tal decisión judicial el dibujante Paul Conrad publicó la viñeta que incluyo abajo, a la que acompañaba el siguiente texto: "¿De cuál de estos dos productos han decidido los tribunales que son responsables los fabricantes y vendedores por haber proporcionado el equipo?"[508].

507 *Ibid.*, p. 170.
508 *Ibid.*, p. 171.

509

A continuación de esta argumentación Lessig enmienda en buena medida el que, a mi juicio, constituye el gran *olvido* de la obra "El Código", en la que si bien se identificaban con total claridad los agentes impulsores (el mercado y el Estado) de la enorme amenaza a la libertad que supone la arquitectura de control diseñaeq para el ciberespacio (y ello no sólo con respecto a la propiedad intelectual, sino también en

509 Extraída de: http://hejieshijie.net/libreria/Free_Culture/images/vcr-v-handgun.png (última consulta: 1 de septiembre de 2006).

referencia a un segundo aspecto que entra de lleno en el ámbito de las industrias culturales, la *libertad de expresión*), casi nada se decía del peligro que supone la acentuada tendencia a la conformación de un "oligopolio global" en el sector de las industrias culturales que se ha analizado anteriormente. En "Por una cultura libre", en cambio, el propio abogado comienza por aseverar que, pese a lo que él mismo pensaba antes, ninguna de las consideraciones sobre la regulación analizadas hasta el momento supondría verdaderamente una amenaza si no fuera por la transformación vertiginosa que experimenta el mercado de los medios de comunicación, la cual "precisamente genera los motivos para preocuparse por todos los otros cambios que he descrito ya"[510].

De este modo, el autor consagra varias páginas de su obra a examinar detenidamente la concentración y la convergencia que se está produciendo en el ámbito de "los medios audiovisuales", para lo cual se centra en datos concernientes a EE.UU., pero extrapolándolos al resto del panorama comunicativo mundial. Todo ello lo conduce a una reflexión que no difiere un ápice de la recogida en el punto 3.2.2.1, por cuanto Lessig se muestra tremendamente alarmado ante un panorama mediático que "aplasta" cualquier disenso y que liquida cada vez más la diversidad y la innovación, ante lo cual protesta aseverando que "*este no es el medio ambiente adecuado para una democracia*"[511]. En cualquier caso, una vez considerado el papel central que desempeña la estructura del mercado comunicativo en este *blindaje* de la propiedad intelectual, la conclusión que el catedrático de Stanford expone acerca del efecto de la acción conjunta de todas estas instancias reguladoras refleja perfectamente una de las inquietudes que está en el corazón de esta investigación:

> Cuando sumas los efectos de una ley que cambia, de la concentración de los mercados y de una tecnología en proceso de cambio, se deduce una conclusión asombrosa: *nunca en nuestra historia, como hoy en día, ha tenido menos gente el derecho legal a controlar en un grado tan*

510 *Ibid.*, p. 173.
511 *Ibid.*, p. 177.

alto el desarrollo de nuestra cultura.[512]

Es en este contexto en el que Lessig recurre a la jerga bélica empleada previamente por Armand Mattelart para defender la existencia de una guerra no declarada en el campo de la cultura, la cual es librada contra la inmensa mayoría de la población por unas pocas instancias a las que él denomina "los guerreros del *copyright*":

> Para luchar contra la "piratería", para proteger la "propiedad", la industria de contenidos ha iniciado una guerra. Empleando grupos de presión y con grandes donaciones a las campañas electorales la industria ahora ha arrastrado al gobierno a esta guerra.[513]

Antes de pasar a analizar los rasgos principales que caracterizan esta "guerra" según Lessig, es interesante introducir brevemente dos consideraciones que, respecto de esta privatización de las ideas, han expuesto algunos de los autores incluídos en el libro "Capitalismo cognitivo". En efecto, para ellos el tremendo conflicto cultural que plantea el catedrático de Stanford en su obra está plenamente arraigado en las nuevas y profundas contradicciones sobre las que se basa la reestructuración en clave *cognitiva* del sistema capitalista. Así, Olivier Blondeau identifica la deriva inmaterial de los nuevos modos de producción económica informacional como el factor desestabilizador clave que determina este capitalismo marcado por importantes fricciones (aludo aquí al concepto de "*friction-free capitalism*", defendido por Bill Gates[514]). Concretamente se refiere a dos procesos clave, por un lado, la "desmaterialización de los medios de producción" (que implica que los trabajadores informacionales no sean tan fácilmente reemplazables como en las cadena de montaje fordista) y, eminentemente, la propia desmaterialización de la mercancía que, como se ha señalado, pone en jaque los intentos de aplicarle las nociones clásicas de propiedad:

512 *Ibid.*, p. 181.
513 *Ibid.*, p. 193.
514 B. Gates, *The Road Ahead*, Penguin, Londres, 1996. (La expresión "Friction-free capitalism" da título y es desarrollada en el capítulo octavo).

> Esta confusión de la relación capital/trabajo en lo que atañe a los dos aspectos de la cuestión de la propiedad incita al capital a operar un reequilibrio que se inscribe completamente en la expresión jurídica de las relaciones de propiedad. [...] El refuerzo, por no decir el cerrojazo, de la propiedad intelectual sobre la mercancía es efectivamente uno de los principales componentes de la estrategia del capital.[515]

En esta misma línea Yann Moulier Boutang parte de la doble dificultad que implican los "bienes-saberes" con respecto a su mercantilización clásica y al establecimiento sobre ellos de apropiación privada para caracterizar el proceso que emprende el capitalismo cognitivo como "las nuevas *enclosures*". Con esta expresión, el economista francés equipara la dinámica de apropiación absoluta de las obras creativas (pero no sólo, aludiendo también a la extensión de las patentes al dominio del genoma humano, los organismos vivos, el *software*, los medicamentos o los cultivos tradicionales) con la ruptura del sistema agrario de carácter comunitario imperante en Inglaterra hasta la progresiva instauración desde el siglo XII hasta el XIX de *cercamientos* que privatizaban las tierras comunales (*commons*), las cuales hasta ese momento eran trabajadas y aprovechadas por los campesinos de forma colectiva. El carácter traumático y paradójico de tal proceso es sintetizado por Boutang de esta forma:

> En el momento en que el mercado parece haberse asentado con firmeza [...] el número de bienes de información y de saberes que presentan todas las características de los bienes colectivos se hace tan importante que la justificación esencial de la apropiación privativa se vuelve cada vez más acrobática y en cualquier caso profundamente inoperante.[516]

Volviendo a la "guerra" que Lessig plantea en el ámbito de la

515 O. Blondeau, "Génesis y subversión al capitalismo informacional", en AA. VV., *Capitalismo cognitivo*, pp. 36-37.

516 Y. Moulier Boutang, "Riqueza, propiedad, libertad y renta", en AA. VV., *Capitalismo cognitivo*, p. 117.

propiedad intelectual, acaso un ejemplo permita introducir mejor su impacto, uno que parte precisamente de aquello de lo que William Gates III acusaba a los miembros del *Homebrew Computer Club* en su célebre carta. Ya ha quedado suficientemente explicada la dificultad de hablar estrictamente de "robo" respecto a bienes que poseen las características descritas hasta ahora, por lo que aquí se aludirá a otra de las *tremendas* incoherencias de tal identificación que Lessig denuncia, concretamente a la que tiene que ver con las penas que se habrían de imponer a tal "robo" intelectual. En este sentido, el catedrático llama la atención sobre el hecho de que, según la legislación estadounidense, si alguien hurtara de una tienda un disco compacto con diez canciones le podría ser impuesta una multa de hasta mil dólares, mientras que, según la postura que defiende la RIAA, si esa misma persona se descargara las mismas diez canciones a través de las redes *peer to peer* ("entre pares", P2P) estaría cometiendo un delito por el que podría ser demandado por daños y perjuicios por la cantidad de ¡un millón y medio de dólares!. La gravedad de tal ofensiva queda definitivamente patente cuando este investigador añade que, según la legislación vigente, la máxima indemnización que tendría que abonar un médico que amputara la pierna a un paciente por negligencia profesional *sólo* ascendería a doscientos cincuenta mil dólares.

A partir de ejemplos como este el catedrático de Stanford se detiene a reflexionar sobre las consecuencias previsibles que traerá consigo esta guerra del *copyright* con respecto al ámbito de la cultura, considerando tres tipos de efectos ampliamente alarmantes. Las dos primeras consecuencias que describe consisten básicamente en la imposición a los "creadores" y a los "innovadores" de una severa limitación a desarrollar su actividad (y hasta a ejercer la propia libertad de expresión) por miedo a las demandas que puedan provenir de los grandes imperios editoriales o comunicativos exigiendo compensaciones multimillonarias basadas en supuestas violaciones del *copyright*. De hecho, si nos atenemos a los casos que Lessig menciona con respecto al caso concreto de EE.UU., puede llegar a hablarse en términos de *psicosis creativa*, ya que un productor sólo podría estar seguro de no arruinarse con la publicación de una obra creativa si contara con muchos

abogados y con una amplia disposición de tiempo y dinero.

Ahora bien, en España no han faltado casos que invitan a sospechar que esta vía legal puede tratar de explotarse con fines comerciales o, lisa y llanamente, con propósitos *censores*. Un ejemplo nítido de este tipo de prácticas ocurrió en 2003 cuando la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)[517] exigió al administrador de la página *web* www.marcianos.net el pago de trescientos noventa euros mensuales por alojar en ella una versión de la canción "Aserejé" (del grupo Las Ketchup, cuyas componentes estaban afiliadas a esta sociedad de gestión) que alguien había transformado en el tema "*Avertefué*", una denuncia de la gestión del Gobierno del Partido Popular de la crisis del petrolero *Prestige*. El citado sitio carecía de cualquier propósito lucrativo, su administrador era un informático en paro y la letra de la canción no dejaba lugar a dudas acerca de su intención paródica: "Mira lo que se avecina / a la vuelta de la esquina / viene el *Prestige* rumbeando. / Con su grieta en las bodegas / sobre el traje agua marina / pierde aceite a cal y canto...". Para colmo el representante del grupo Las Ketchup declaró públicamente que estas cantantes "no han visto *Avertefué*, ni les interesa, ni se han puesto en contacto con la SGAE"[518]. ¿Por qué exactamente se amenazaba entonces a este *webmaster* con tomar "medidas legales severas" contra él? Más aún, ¿contribuyen amenazas como estas a la promoción del "Progreso de las Ciencias y las Artes Aplicadas" o más bien a la privatización de la cultura y a la censura de la libertad de expresión?

517 En el artículo "Autores, creación, derechos (2)", que un grupo de colaboradores publicamos en el diario Málaga Hoy el 10 de junio de este año, hemos tratado de diseccionar los orígenes y el *modus operandi* (composición de la junta directiva, derecho a sufragio activo y pasivo, etc.) de esta poderosa sociedad de gestión de derechos de autor, ciñéndonos en buena medida a los propios Estatutos de la institución.
Ver: http://rizoma.org/espaciopublico/?q=node/331 (última consulta: 22 de septiembre de 2006).

518 L. Reventós, "La SGAE reclama 'copyright' por la versión del 'Aserejé' sobre el 'Prestige'", en *El País*, 20 de marzo de 2003. Consultado en: http://mipais2.elpais.es/articulo/elpportec/20030320elpcibenr_5/Tes (última consulta: 22 de septiembre de 2006).

Pese a la gravedad de tales planteamientos, aún queda por citar el tercer grave "daño" que Lessig estima que provoca toda esta deriva de *cercamiento* intelectual, un daño que él relaciona con el concepto de "guerra de prohibición" la cual, como ocurrió con respecto al alcohol con la llamada "Ley Seca", supone la persecución de un gran número de ciudadanos (Lessig maneja el dato de que unos cuarenta y tres millones de estadounidenses descargaron contenidos con *copyright* en el año 2002). Según él, resulta evidente que "el exceso de regulación corrompe a los ciudadanos y debilita el imperio de la ley"[519] ya que, si se aceptara el argumento de la RIAA, por el cual descargar este tipo de contenidos a través de Internet constituye un acto delictivo, el resultado sería que en torno al 20% de la población estadounidense se convertiría automáticamente en criminal, con lo que la ley, además de ser *imposible de aplicar*, quedaría plenamente pervertida al haber perdido toda su legitimidad. La ecuación legal resulta elemental: Si para promover el progreso cultural y la innovación científica para toda la sociedad se emplea un instrumento legal que criminaliza a un amplísimo porcentaje de ella, los costes de aquel progreso con respecto al beneficio que proporcionaría serían disparatados y plenamente inadmisibles democráticamente.

La conclusión a la que llega Lawrence Lessig acerca de la situación de la cultura en nuestro tiempo, asolada por esta guerra que emprenden las industrias culturales para ampliar a toda costa sus beneficios a cuenta de los derechos (de explotación) de autor, y, más allá, acerca de lo democrático de nuestras sociedades en medio de esta dinámica de *enclosure* de las ideas y de la propia libertad de expresión nos confronta con un panorama poco halagüeño:

> Una simple idea nos ciega. [...] Aceptamos la idea de propiedad de la cultura de un modo tan falto de crítica que ni siquiera cuestionamos cuándo el control de esa propiedad elimina nuestra capacidad, como pueblo, de desarrollar nuestra cultura democráticamente. La ceguera se convierte

519 L. Lessig, *Por una cultura libre*, p. 208.

> en nuestro sentido común. [los grandes grupos de comunicación] llevan a cabo una guerra frenética para luchar contra la "piratería", y asolan una cultura que está a favor de la creatividad. Defienden la idea de la "propiedad creativa" mientras que transforman a los creadores reales en modernos aparceros, sometidos feudalmente a los verdaderos dueños de las tierras que trabajan. [...] Poderosos *lobbies* y una mínima capacidad de atención producen la "tormenta perfecta" que acaba con la cultura libre.[520]

Antes de cerrar este capítulo tercero , deseo recoger la anécdota que Lessig cuenta al final de "Por una cultura libre", episodio que le afectó de forma directa y con el que sintetiza la denuncia y la reivindicación contenidas en su obra. El catedrático de Stanford había sido invitado a pronunciar una conferencia en febrero de 2003 en el marco de un congreso preparatorio para la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información que se celebraría en Ginebra entre el 10 y el 12 de diciembre de ese mismo año. Para dicha conferencia el profesor tenía previsto tratar la cuestión de la propiedad intelectual y la cultura libre sólo de pasada y así lo hizo saber en la rueda de prensa previa a la sesión ante la pregunta de un periodista. Ello, sin embargo, pareció trastocar los planes de la moderadora de la mesa para la que había sido invitado, la cual, presente también en la rueda de prensa, lo interrumpió bruscamente para informar a los periodistas *y a él mismo* de que de ningún modo se trataría tal asunto en la conferencia. Eso, corrigió su "inmoderada moderadora", era *dominio exclusivo* de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). La reacción del conferenciante fue igualmente abrupta: Descartó completamente la ponencia que traía preparada y se dedicó en exclusiva a debatir acerca de los derechos de autor. Esta era su forma de defender, una vez más, que "no hay forma de hablar de `la sociedad de la Información´ a menos que uno hable también del grado de información y cultura que sería libre"[521].

520 *Ibid.*, pp. 263-264.
521 *Ibid.*, p. 265.

CAPÍTULO 4.
MODOS DE CONSUMIR:
DISTORSIÓN COMUNICATIVA

CAPÍTULO 4.
MODOS DE CONSUMIR: DISTORSIÓN COMUNICATIVA

Para comenzar a abordar los "modos de consumir" a través de las industrias culturales en red propongo retomar brevemente la matriz tecnomercantil a la que se consagró el punto 3.1.1. Dejemos de lado por un momento, pues, las concepciones sociales llamadas postfordistas, postindustriales o simplemente informacionales, para retornar dentro de los muros de la fábrica a revisar aquel trabajo *industrial* que Frederick Winslow Taylor y Henry Ford se propusieron desde comienzos del siglo XX someter a la infalible disciplina de la dirección científica (dirección que, como vimos, no se conformó desde temprano con aplicarse a dicha fábrica). Y es que una mirada un poco más atenta nos puede revelar prácticas y *jugadas* que van más allá de (o sería más preciso afirmar que *atraviesan*) el trabajo homogeneizado, *despiezado*, superespecializado, mecánico y cronometrado; prácticas que, al fin y al cabo, no dejan de resultarnos familiares si las declinamos en relación con nuestras actuales condiciones laborales. A tal propósito al investigador interesado le bastaría (lo cual no es poco) con apartar los ojos del hipnotismo de la mirada directiva y del orquestado progresar de la cadena de montaje para atender a la dinámica cotidiana subyacente a los ritmos de la fábrica, afinando el oído con el fin de captar el murmullo de un *secreto a voces* que, centrándonos en el caso de Francia, ha dado en denominarse la "*perruque*" (con sus variantes "*faire la perruque*" o "*perruquer*"). Acaso una inmejorable demostración de que lo anterior es cierto lo constituya el hecho de que las prácticas englobadas con este nombre incluso han merecido desde hace unas tres décadas el interés de diferentes disciplinas científicas, especialmente de la sociología.

Lo cierto es que es en torno a 1980, año de la publicación del primer volumen de "*L´invention du quotidien*", en el que Michel de Certeau trata acerca de la *perruque* como un ejemplo de "práctica de desviación" ("*pratique de détournement*", que, dado el contexto, también

podría traducirse como "práctica de malversación"), cuando comienzan a aflorar en el país galo muy diversos artículos, encuestas y libros que versan, de forma más o menos monográfica (también más o menos explícita) sobre este tipo de actividad. ¿En qué consiste exactamente la *perruque*, pues? Comienzo por citar al propio de Certeau, que la define de esta manera:

> Acusado de robar, de recuperar material para su provecho y de utilizar las máquinas por su propia cuenta, el trabajador que "hace la *perruque*" sustrae a la fábrica tiempo (más que bienes, pues él sólo emplea desechos) con la perspectiva de un *trabajo libre, creativo y precisamente no lucrativo*. Sobre los mismos lugares donde reina la máquina a la que ha de servir, él se las ingenia (*il ruse*) por placer para inventar productos gratuitos destinados solamente a significar por su *obra* un saber hacer (*savoir-faire*) propio y a responder mediante un *gasto* a las solidaridades obreras o familiares. Con la complicidad de otros trabajadores (que ponen así en jaque la competencia que la fábrica fomenta entre ellos), lleva a cabo "golpes" en el campo del orden establecido.[522]

Tal interés científico en los últimos años no implica en absoluto una reciente implantación de la *perruque*, la cual aparece ya recogida en diccionarios de la segunda mitad del siglo XIX, definida como el desvío de materiales del Estado o de los talleres artesanales, pero sobre todo apegada ya al ámbito fabril (y, más concretamente, a sus herramientas), como queda reflejado en 1870 en "*Le Sublime*", obra de Denis Poulot, un antiguo capataz convertido en empresario industrial. En efecto, Poulot define en ella esta actividad como consistente en "fabricarse una herramienta para sí mismo", citando en este sentido a un obrero que declaraba orgullosamente: "El patrón cree que no está pagando por las herramientas que tenemos, pero las tres cuartas partes de ellas son fabricadas *en perruque* en la fábrica, con lo que le salen más caras que si

522 M. de Certeau, *L´Invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. 45. (La cursiva es mía)

las suministrara él mismo"[523]. Esta idea de trabajo "para sí mismo" es también destacada por autores y comentaristas posteriores hasta ser recuperada recientemente por Étiene de Banville en un sintético estudio histórico al respecto, donde define la *perruque* como "un trabajo, un objeto para sí mismo, realizado durante el tiempo de trabajo, con los materiales de la empresa"[524].

Para Michel Anteby, profesor ayudante de la Escuela de Negocios de Harvard que ha estudiado recientemente la cuestión, tal concepción resulta bastante reducida e inapropiada, pues no da cuenta de aquellas "solidaridades obreras y familiares" a las que alude de Certeau. De este modo, argumenta, se pasa por alto una de las manifestaciones más tradicionales de esta actividad, la que constituyen las *perruques* que se regalan a un obrero por su jubilación (denominadas "*perruques de retraite*")[525], elaborados objetos de decoración o muebles domésticos que son fabricados por sus compañeros durante el tiempo de trabajo, con materiales desviados de la fábrica y contando habitualmente con que el encargado hará la *vista gorda*. En este sentido, Anteby estima mucho más precisa contemporáneamente la noción de trabajo "por cuenta propia" ("*pour son propre compte*"), quedándose con la definición de Robert Kossmann, para el que la *perruque* consiste en "la utilización de materiales y herramientas por parte de un trabajador en el terreno de la empresa, durante la jornada de trabajo y con el fin de fabricar o transformar un objeto al margen de la producción empresarial"[526]. Junto a ello, Anteby resalta que todas las definiciones de esta práctica aluden, implícita o explícitamente, a la idea de *détournement* que ya destacara de

523 D. Poulot, *Question sociale: Le Sublime o le travailleur comme il est en 1870 et ce qu´il peut être*, Maspéro, París, 1980, pp. 343-344. (La traducción es mía).

524 É. de Banville, *L'usine en douce. Le travail en "perruque",* L'Harmattan, París, 2001, p. 5. (La traducción es mía).

525 N. Gérôme, "Récompenses et hommages dans l´usine", en *Ethnologie française*, vol. 24, nº 4, PUF, París, pp. 551-562.

526 R. Kossmann, "La perruque ou le travail masqué", en *Renault, Histoire 11 (juin)*, Société d´histoire du groupe Renault, Boulogne Billancourt, pp. 20-27, 1999, p. 20, citado en M. Anteby, "La perruque en usine: approche d´une pratique marginale, illégale et fuyante", en *Sociologie du travail*, nº 45, Éditions scientifiques et médicales Elsevier, 2003, p. 455. (La traducción es mía).

Certeau, con lo que queda remarcada la referencia constante a una desviación de tiempo, de maquinaria o de materiales de la fábrica para fines ajenos a ella.

A partir de esta delimitación conceptual, Michel Anteby emprende en su artículo citado un examen del paradójico estatuto de "secreto a voces" de la *perruque* en el ámbito industrial, repasando tanto sus trazas jurídicas (casos que han acabado en los tribunales), artísticas e incluso biográficas y etnográficas, como los datos estadísticos y legales existentes al respecto. Lo primero que cabría destacar de dicho repaso es que estas actividades no son ni mucho menos *invisibles*, ni tampoco excepcionales o fruto de obreros *desviados*. Una buena muestra de ello se puede rastrear en episodios aislados como el éxito del cantante Johny Cash en 1976 con la canción "*One Piece at a Time*" ("Una Pieza cada vez"), donde retrata a un obrero de General Motors que llega a construir su propio Cadillac con piezas extraídas de su fábrica o la exposición que el comité de empresa de la aeronáutica Snecma[527] de Evry-Corbeil organizó en 1984 para mostrar una colección de más de cien *perruques de retraite*[528].

Más ampliamente, se puede aludir a la nada desdeñable cantidad de testimonios y libros en los que los propios obreros (si bien normalmente una vez fuera de la empresa o retirados) relatan casi con orgullo los "golpes" que él y sus compañeros daban en la empresa. Es el caso del citado Robert Kosmann, quien (entre otras) se centra en estas actividades en el seno de la fábrica de Renault donde él trabajó; del hoy conocido sindicalista Pierre Contesenne, que relata sus experiencias junto a algunos de los "*grands perruqueurs*" de Air France durante su etapa en esta empresa[529]; o de Miklos Haraszti, quien describe detalladamente estas actividades del lado de la industria comunista (recordemos en este punto la referencia a las muchas enseñanzas que

527 Ver: http://www.snecma.com.

528 N. Simony y M. Marcon, *Les transformations du Comité d'entreprise. Snecma, Evry-Corbeil 1983-1993*, L'Harmattan, París, 1995, p. 104, citado en M. Anteby, *op. cit.*, p. 458.

529 P. Contesenne, *De la perruque comme prétexte*, 1984, citado en *idem*.

Lenin tomó de las ideas de Taylor), concretamente en una fábrica húngara de tractores en la que trabajaba, llegando a apuntar lúcidamente que "los *connoisseurs* del folclore acaso contemplen las *perruques*[530] como un arte nativo o decorativo. Ahora bien, de esta forma no son capaces de ver más allá"[531].

No obstante, no queda aquí la cuestión pues también se encuentra este tipo de testimonios entre empleados de mayor rango, como el citado capataz Poulot, o incluso en Melville Dalton, miembro directivo de una planta química estadounidense que subtitula su obra "*Men Who Manage*" ("Los Hombres que Dirigen") de un modo ilustrativo "*Fusions of feeling and theory in administration*" ("Fusiones de sentimiento y teoría en la administración". En ella Dalton realiza, entre otras cosas, una interesante disección de los distintos tipos de "camarillas" ("*cliques*") que pueden surgir en la empresa (verticales u horizontales, simbióticas o parasitarias, agresivas o defensivas) y cómo tratar con cada una de ellas, llegando a afirmar que

> los planes lógicamente concebidos en el nivel ejecutivo son alterados de formas diversas por los niveles subordinados para ajustarlos a sus cambiantes relaciones sociales, así como a las emergencias del trabajo [...] La consecución de estos objetivos organizativos se compagina así con los fines individuales y grupales, sean estos próximos o remotos a aquellos de la empresa.[532]

Y ello, matizará convenientemente Dalton, "tanto si somos capaces de predicar aquello que realizamos como si no lo somos"[533], lo

530 En la traducción inglesa de su texto se emplea el término "*homers*", que mantengo como "*perruques*" para una mayor coherencia.

531 M. Haraszti, *A Worker in a Worker´s State. Piece-rates in Hungary*, Universe Books, Nueva York, 1978, p. 146. (La traducción es mía).

532 M. Dalton, *Men who manage: Fusions of feeling and theory in administration*, John Wiley and Sons, Nueva York, 1959. La cita la tomo del extracto publicado con el mismo título en el capítulo 12 de M. Granovetter y R. Swedberg (eds.), *The sociology of economic life*, Westview Press, Boulder, 1992, p. 342. (La traducción es mía).

533 *Ibid.*, p. 335.

cual nos lleva directamente al segundo aspecto del paradójico estatuto referido para esta actividad: el deseo (o el deber) de *mantenerlo en silencio*. En este sentido, Anteby defiende la tesis de que dicho silencio no ha de interpretarse como exclusivo de los trabajadores por temor a las represalias derivadas de una actividad marginal o ilegal, sino que es igualmente identificable entre los distintos rangos de asalariados e incluso entre buena parte de los directivos, y ello no sólo por aquella *tolerancia obligada* a la camaradería entre obreros que describe Dalton, sino también por su no poco habitual implicación en ella. Tal extremo es ilustrado por Anteby con diversos testimonios extraídos de las entrevistas realizadas a jubilados de una empresa aeronáutica francesa entre 2000 y 2001, entre los que llama la atención especialmente el de una empleada sobre el regalo que sus compañeros *desviaron* para ella el día de su jubilación: "Toda la jerarquía está presente en la ceremonia de entrega, todo el mundo sabe de dónde han salido las piezas y... ¡no abren la boca! Hacen como si no pasara nada, como si todo fuese normal"[534].

Finalmente, los resultados de la encuesta que el *Institut National de la Statistique et des Études Économiques* (Insee) de Francia llevó a cabo en 1987 entre casi quinientos obreros para conocer más acerca de la vida cotidiana en el trabajo arrojaron unos resultados nada desdeñables: el 28 % de los obreros reconocía que durante los "momentos perdidos" de su trabajo fabricaban objetos o realizaban tareas no relacionadas con la empresa, sino con sus propios intereses, y casi el 50 % de trabajadores varones (con porcentajes levemente inferiores entre los dirigentes, todo hay que decirlo) aseguraban practicar frecuentemente la "apropiación" o "recuperación" de muy diversos objetos de la empresa[535].

A partir de toda esta investigación Michel Anteby concluye, por

534 M. Anteby, *op. cit.*, p. 464.

535 Extraigo estos datos del artículo "Les petits profits du travail salarié" publicado tres años después por Michel Bozon y Yannick Lemel sobre la base fundamental de esta encuesta del Insee francés: M. Bozon y Y. Lemel, "Les petits profits du travail salarié. Moments, produits et plaisirs dérobés", en *Revue Française de Sociologie*, 1990, n° 1, pp. 113-115. (La traducción es mía).

un lado, que la *perruque* constituye una práctica *habitual* y *colaborativa* (y de ningún modo anecdótica e individualista) que implica nuevas formas de identidad y de formación de comunidad entre los obreros, sin olvidar las "complicidades múltiples" entre los distintos rangos empresariales: "Estamos ante un sistema bastante elaborado de intercambios, incluyendo regalos y contraregalos (*des dons et des contre-dons*)"[536]. La segunda de sus conclusiones es que la característica esencial de dicha actividad, que vendría a explicar el motivo del amplio silencio que la rodea, no vendrá dada, por tanto, por el hecho de que sea clandestina, sino más bien por ser *huidiza*. Con este rasgo alude Anteby a la enorme dificultad que tanto los sindicatos obreros como los dirigentes empresariales encuentran a la hora de hablar de ella (de "*parler perruque*"), esto es, de adscribirla a alguna de las cuadrículas institucionales clásicas que ambos manejan o de incorporarlas a sus discursos tradicionales. Los primeros muestran su confusión o incomodidad ante ella, optando habitualmente por ignorarla, cuando no atacan su recurso al *détournement* como una evasión de la *confrontación* que estaría abocada de inicio a la recuperación. En cuanto a los segundos, hay autores que defienden que su actitud *benevolente* responde a una estrategia solapada de regulación y motivación[537], si bien Anteby se inclina por pensar que, en general, comparten la prudencia de Melville Dalton y prefieren el silencio a una denuncia que muy a menudo podría acabar por salpicar a escalafones elevados.

Sea como fuere, de esta serie de estudios y testimonios acerca de la *perruque* no resulta aventurado en modo alguno inferir que, frente a las cada vez más férreas homogeneización, mecanización y disciplina en el seno de la industria, es identificable, al menos desde finales del siglo XIX, una suerte de *revancha* cotidiana y colectiva que los obreros se vendrían tomando pertinazmente. Y lo más inspirador es que en ella es posible reconocer algunos de aquellos rasgos de las culturas populares (e híbridas) que Hoggart, de Certeau, Martín-Barbero o García Canclini reivindican y cuyos intentos de absorción o erradicación por parte de las nuevas instancias hegemónicas que se conforman en esa misma época

536 M. Anteby, *op. cit.*, p. 465.
537 *Ibid.*, p. 466.

denuncian.

De este modo, no pueden sino resultar familiares planteamientos como los de los citados Bonzon y Lemel, que se refieren en general a la *perruque* en términos de "momentos, objetos y placeres hurtados" y concluyen que esta constituye la insinuación, en el propio contexto del trabajo obligado, de un "trabajo libre" que se apropia de los recursos que tiene a su alcance: "Los obreros tienden a hacer de su puesto de trabajo una prolongación de la mesa de trabajo doméstica [...]. *Bricoleurs* en su tiempo libre, los obreros continúan esta actividad en el tiempo de trabajo"[538]; aquellos otros planteamientos a los que llegan Yves Lescot, Georges Menahem y Patrick Pharo tras sus entrevistas a trabajadores de los astilleros de Nantes, en las que detectan la composición de una auténtica comunidad obrera en torno a una concepción de la *perruque* a la vez como "medio de ganar reconocimiento", como "cooperación" entre compañeros de trabajo y, lo que resulta más sugerente, como "recreación"[539]; o, finalmente, la visión que de Certeau ofrece de esta forma de *détournement* industrial:

> No es posible relegar en el pasado, en el ámbito rural o primitivo, los modelos operativos de la cultura popular. Ellos existen en el corazón mismo de las plazas fuertes de la economía contemporánea. [...] En el seno de la institución a la que se sirve, se insinúan así un estilo de intercambios sociales, un estilo de invenciones técnicas y un estilo de resistencia moral, es decir, una economía del "don" (generosidades *à charge de revanche*), una estética de "golpes" (operaciones de artistas) y una ética de la tenacidad (mil maneras de negarle al orden establecido el estatuto de ley, de sentido o de fatalidad).[540]

A partir de estas reflexiones, nos introducimos ya en este

538 M. Bozon y Y. Lemel, *op. cit.*, p.115. (La traducción es mía).

539 Y. Lescot, G. Menahem y P. Pharo, *Savoirs ouvrières, normes de production et représentation*, Rapport CORDES, París, 1980, p. 74, citado en M. Anteby, *op. cit.*, p. 460.

540 M. de Certeau, *L´Invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. 46.

capítulo en el terreno de la comunicación y la cultura que hemos venido describiendo en el capítulo anterior para aproximarnos a los modos por los que traman hoy sus *revanchas* los consumidores, considerados aún ampliamente los "gorilas adiestrados" de las industrias culturales contemporáneas.

4.1. Delimitación conceptual

Admito de inicio en esta sección la notable complejidad que entraña hacer entrar esta suerte de *heteroglosia práctica* que aquí nos ocupa (diversa y centrífuga como aquella propuesta por Mikhail Bakhtin) en una fórmula que sea sucinta a la par que precisa, y que permita asomarnos a su dinamismo sin encorsetarla en un marco conceptual rígido. Ahora bien, estimo igualmente que no debe en ningún caso pasarse por alto el notable esfuerzo teórico que, desde muy diversas corrientes y perspectivas investigadoras, se viene realizando hasta el momento para franquear este otro muro de silencio e ignorancia con el que en ocasiones se trata de conjurar la supuesta *amenaza* que conllevarían los *arts de faire* de los consumidores en el campo de las industrias culturales en red.

Así pues, a continuación se recogen las aportaciones teóricas que se juzgan más elaboradas, sugerentes u originales, contemplando tanto aquellas muy acabadas provenientes de ámbitos académicos, como aquellas otras procedentes de diversos grupos artísticos y/o movimientos sociales, acaso menos elaboradas conceptualmente pero no menos sugerentes por la lucidez que les confiere el ejercicio cotidiano de dichas prácticas. En este sentido, asumo el grado dispar de desarrollo de cada uno de los cuatro conceptos que estudiaremos a continuación y la predominancia en ellos de fuentes de determinadas áreas geográficas (EE.UU. y Francia, eminentemente). Concluído el repaso por estos cuatro conceptos, justificaré la denominación de "distorsión comunicativa" por la que me inclino en este estudio y plantearé una definición que tratará de compendiar aquellos rasgos expuestos que sean más relevantes.

4.1.1. *Culture jamming*

El término *culture jamming* es uno de los que más implantación y fuerza ha adquirido en estas dos últimas décadas, si bien su uso se circunscribe eminentemente a zonas de habla inglesa, y muy especialmente a Norteamérica, donde viene siendo empleado corrientemente tanto por movimientos sociales como por artistas y no pocos investigadores académicos. Es por ello que la producción bibliográfica que se ocupa de él, de manera específica o tangencial, es sin duda una de las más abundantes de cuantas podremos encontrar en este terreno. A partir de los autores que han tratado de delimitar conceptualmente este término se elabora a continuación un repaso por las definiciones de *culture jamming*.

Literalmente el vocablo inglés "*jamming*" significa "interferencia" y en un principio se aplicaba en contextos activistas para referirse a todas aquellas formas (normalmente obscenas) mediante las cuales se interrumpían los boletines y programas radiofónicos o incluso las conversaciones entre radioaficionados. A partir de aquí, según nos explica uno de los estudiosos por excelencia de esta corriente, el ya mencionado Mark Dery, se llegó en EE.UU. y Canadá al término "*culture jamming*" ("interferencia cultural"), que es utilizado por primera vez por la banda de *audio collage* Negativland[541], radicada en San Francisco, en su disco de 1984 "JamCon´84". Con esa expresión Negativland se refería más ampliamente a la alteración de vallas publicitarias y a otras formas de sabotaje de medios de comunicación, sosteniendo que el *culture jamming* consistía en "añadir granos a la retocada foto de portada de America"[542]. De esta manera los miembros del grupo californiano ponían ya de manifiesto su inquietud hacia la creciente influencia que ganaban los *media* en la conformación del panorama cultural y de las experiencias de las personas.

541 Ver: http://negativland.com.

542 M. Dery, "Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs", en *Open Magazine Pamphlet Series*, nº 25, Westfield, 1993. Consultado en: http://www.levity.com/markdery/culturjam.html (última consulta: 1 de octubre de 2006). (La traducción es mía).

La llegada de la década de los noventa supuso el despegue definitivo de este tipo de prácticas experimentales, y ello se vería acompañado de un creciente interés por parte de activistas mediáticos, críticos culturales e investigadores universitarios por precisar la definición de este término de nuevo cuño con el que se designaba de forma cada vez más habitual esta corriente en plena efervescencia. De esta forma ya en 1992 el citado Mark Dery publicaba un panfleto titulado "*Culture Jammer Handbook*" ("Manual del *culture jammer*"), en el que ensayaba una primera definición consistente del término y detallaba algunas de sus prácticas y herramientas más destacadas. Ahora bien habría que esperar a julio de 1993, con motivo del número que la revista "*Open Magazine Pamphlet Series*" dedicó a la introducción del *culture jamming*, para que Dery publicase el que constituye uno de los textos clave sobre la cuestión, que aún hoy sigue siendo ampliamente citado como una referencia imprescindible, su "*Culture Jamming, Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs*". En él el profesor de la Universidad de Nueva York partía de la crítica que el estudioso de los medios Bill McKibben expresaba ante la extensión de los discursos en torno a la aparición de una "sociedad de la información" para alertar sobre el reverso de tales proclamas:

> Creemos que vivimos una "era de la información", marcada por una "explosión" o "revolución" informativa. [...] Pero también vivimos un momento de profunda ignorancia, en el que el conocimiento vital acerca de quiénes somos y dónde vivimos parece quedar fuera de nuestro alcance. Una Desilustración. Una era de ausencia de información (*An age of missing information*).[543]

Ante este panorama Dery concibe la "interferencia cultural" como una práctica de resistencia que se dedica a interrumpir la "señal" que las grandes empresas transmiten a través de los medios de comunicación que controlan, de modo que aquella llegue al receptor alterada y le sugiera nuevos e inesperados sentidos, alejados de la

543 *Idem*.

intención inicial con que esos mensajes fueron concebidos. En esta línea, Dery defiende que lo que realizan los *culture jammers* no es más que practicar el intrusismo contra los cada vez más intrusos medios de comunicación, con actividades como la alteración de vallas publicitarias, la emisión clandestina tanto radiofónica como televisiva, la confusión y el engaño a los medios, la elaboración y difusión de parodias publicitarias y otras actividades de subversión mediática. Más concretamente, el autor engloba tal variedad de actividades en seis grandes grupos que se citan en inglés para explicarlos a continuación: "*subvertising*", "*media hoaxing*", "*audio agitprop*", "*billboard banditry*", "*slash*" y "*hacking*".

Comenzando con el "*subvertising*", al que en castellano se viene denominando habitualmente "tergiversación publicitaria", surge del juego de palabras intraducible entre los vocablos ingleses "*subversion*" ("subversión") y "*advertising*" ("publicidad"). Para Dery esta práctica constituye una "forma ubicua de *jamming*" consistente en "la producción y diseminación de antianuncios (*anti-ads*) que desvían (*deflect*) los intentos de Madison Avenue [célebre avenida de Manhattan donde se concentran las principales agencias de publicidad estadounidenses] por dirigir la atención del consumidor en una dirección determinada"[544]. Otro investigador universitario que ha estudiado la práctica del *subvertising* es el profesor canadiense Matt Soar, para quien la clave del *subvertising* reside en su habilidad para "identificar el concepto central" de las campañas publicitarias (cuál es el beneficio material que ofrecen, así como el beneficio implícito –en términos de valores, ideales, autoimágenes satisfactorias, etc.-, cómo se promete dicho beneficio, cuál es el eje creativo alrededor del cual gira toda la campaña, qué mecanismos de expresión se usan, etc.) y, una vez comprendido, "articular la campaña hacia los problemas sociales más acuciantes"[545].

544 *Idem.*

545 M. Soar, "The politics of Culture Jamming: Adbusters on the Web and in Print", en *M/C Reviews*, Queensland (Australia), 12 de abril de 2000. Consultado en: http://reviews.media-culture.org.au/sections.php?op=viewarticle&artid=56 (última consulta: 2 de octubre de 2006). (La traducción es mía).

Por otra parte, en un artículo titulado "*Ads under attack*"("Ataque a los anuncios"), investigadores del *Gale Group*[546] también se ocupan de esta prominente forma de *culture jamming*, reflexionando sobre su evolución hasta concluir apostando por una idea de *subvertising* que no implique la mera destrucción o negación del mensaje publicitario, sino que sea un arma para poner al descubierto la estrategia de persuasión comercial y, finalmente, cultural, que la empresa asume en su campaña: "Una buena distorsión, en otras palabras, supone una prueba de rayos X del subconsciente de una campaña, para descubrir no un significado opuesto, sino la más profunda verdad que se esconde debajo de las capas de eufemismos de la publicidad". En definitiva, ya no se trata simplemente de criticar el mensaje inserto dentro de una determinada forma publicitaria, oponiéndole un contenido esclarecedor acerca de la compañía o el producto en cuestión, sino de ir más allá hasta "secuestrar el proceso de pensamiento interno que hace funcionar la publicidad". De este modo se busca lograr un efecto distorsionador aún mayor, producto a la vez de la tergiversación del *significante* publicitario y del juego con las múltiples interpretaciones de su *significado*[547].

Volviendo a Mark Dery, y en referencia directa al título de su artículo en *Open Magazine Pamphlet Series*, añado aquí que el profesor de la Universidad de Nueva York aclara que esta práctica a menudo adopta la forma del "*sniping*" (literalmente, la acción de un francotirador -*sniper*- en este caso, de "signos"), que define como "ataques furtivos, ilegales y nocturnos en el espacio público llevados a cabo por agentes armados con posters, brochas y cubos llenos de cola". En este sentido, entre las múltiples "correcciones" o "mejoras" en monumentos, carteles, exposiciones y señales que describe, este autor define las escaramuzas de un activista californiano que a comienzos de los noventa llenaba los muros de Los Angeles con caricaturas publicitarias de políticos corruptos

546 Ver: http://www.galegroup.com.

547 Gale Group, "Ads under attack", en *Brandweek*, 10 de julio de 2000. Consultado en: http://www.findarticles.com/cf1/m0BDW/2841/64258853/p2/article.jhtml?term= (útima consulta: 2 de octubre de 2006). (La traducción es mía).

como "el equivalente del retrato de Dorian Gray para la era de la información"[548]. Junto a este tipo de *sniping*, Stuart Ewen, profesor del Hunter College de Nueva York, apunta igualmente la predominancia dentro de esta forma de *culture jamming* del *género* de las parodias publicitarias (*spoof ads*), ingeniosos remedos de anuncios conocidos basados en una ironía profunda y en "una aguda conciencia de la forma". En ellos este autor identifica ya la existencia de una práctica que podría asemejarse a aquel *faire avec* ("hacer componendas con") que define de Certeau o a una nueva vuelta de tuerca de aquella combinación de rebeldía y tradicionalismo que para Martín-Barbero constituía la "aventura singular" en la que estaba inmersa la cultura popular desde el siglo XIX:

> No creo que la cuestión sea si la parodia funciona bien o no, es lo que tenemos. […]*Usamos el lenguaje que tenemos a nuestra disposición*. La cuestión es si lo usas conscientemente. La parodia implica poseer una aguda conciencia de la forma. Vivimos en un mundo en el que la forma suplanta cada vez más a la sustancia, en el que la forma (apariencia, autorepresentación) es considerada un valor en sí misma. La conciencia de cómo se comunican las ideas adquiere una enorme importancia en lo que respecta a cómo las ideas van a ser vistas, procesadas y comprendidas.[549]

En inglés, la palabra "*hoax*" se refiere tanto a una "broma pesada" o una "mofa" como a un "engaño" o "estafa". De este modo, se podría traducir "*media hoaxing*" por "embaucamiento mediático", esto es, todas aquellas burlescas celadas que se tienden a los medios de comunicación para confundirlos y hacerlos quedar públicamente en ridículo:

548 M. Dery, "Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs".

549 S. Ewen, "More Stuart Ewen" (entrevista con Darcy Cosper), en *Stay Free!*, nº 14, Nueva York, 1998. Consultado en: http://www.stayfreemagazine.org/archives/14/ewenagain.html (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

> *Media hoaxing*, una de las bellas artes consistente en tomarle el pelo a los periodistas para que cubran fraudes exhaustivamente investigados y laboriosamente puestos en escena [...] en el contexto de una prensa que parece haber olvidado la diferencia entre el bien público y el informe final de cuentas (*the bottom line*), entre la responsabilidad de ilustrar y el deseo de entretener.[550]

En este sentido, Dery se refiere al que se considera uno de los maestros de esta práctica, el artista multimedia Joey Skaggs, quien desde finales de los años sesenta viene organizando embaucamientos mediáticos cada vez más osados y exitosos, consiguiendo atraer desde periódicos y revistas locales hasta reporteros de las principales cadenas televisivas. En efecto, para el que se ha llamado "*the World´s Greatest Hoaxer*", resulta fundamental en nuestra época poner al descubierto las rutinas de trabajo y la dimensión tendenciosa que caracterizaría a los grandes *media*, en lo que se refiere a la selección de la agenda, a los mecanismos de investigación y elaboración final de la noticia, al proceso de contraste de fuentes y de datos, etc. Para ello, Skaggs no duda en pergeñar las noticias y los sucesos más sutilmente descabellados, los cuales trata de insertar en cuantos medios le sea posible, con la intención de ganar legitimidad y generar así en torno a ellos un "efecto bola de nieve" que exponga públicamente la falta de credibilidad de las noticias mediáticas:

> El engaño es sólo el anzuelo. La segunda parte, en la que lo revelo, es la parte importante. Como Joey Skaggs, no puedo convocar una rueda de prensa para explicar cómo los media se han convertido en una máquina de propaganda del gobierno, que nos manipula para hacernos creer que tenemos que entrar en guerra en Oriente Medio. Pero como *jammer*, puedo abordar estos asuntos en el proceso de revelación de un engaño.[551]

550 M. Dery, "Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs".

551 J. Skaggs, "Artist´s Manifesto", 1997.

En cuanto al llamado "*audio agitprop*" implica, según Dery, la utilización de *samplers* digitales con el propósito de deconstruir auditivamente diferentes textos mediáticos, mezclando, por ejemplo, pedazos de discursos presidenciales, ruedas de prensa y noticias de la radio para generar piezas informativas esperpénticas a las que Dery califica como "una C-Span[552] pirata para lectores de Noam Chomsky". Junto a ello esta forma de *culture jamming* constituye, gracias a su aprovechamiento de las nuevas tecnologías de audio digital, una de las más tempranas manifestaciones del desafío abierto a las restricciones que la legislación de *copyright* impone a la sátira política y a la experimentación musical (incluída la técnica conocida como *sampling*, remezcla realizada a partir de fragmentos de canciones y otros sonidos). Uno de los primeros y más célebres representantes de esta audaz propuesta de *laboratorio sonoro* es precisamente el grupo que acuñó el término *culture jamming*, Negativland, cuyos experimentos de *audio collage* han estado desde los ochenta marcados por una encendida polémica con las grandes compañías discográficas, esencialmente por el conflicto entre libertad artística y *copyright*. De esta forma, después de ser condenados por *samplear* irónicamente algunos títulos de canciones del grupo irlandés U2, sus miembros publicaran un airado artículo titulado "*Fair Use*"[553], en el que expresaban de esta manera su inquietud hacia las barreras que se erigían para estas incipientes formas de

http://www.joeyskaggs.com/html/manif/index.html (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

552 La C-Span (*Cable-Satellite Public Affairs Network*), lanzada en 1979 con la única financiación de la emergente industria del cable, es una cadena radiotelevisiva estadounidense consagrada exclusivamente a cubrir las sesiones del Congreso y todos aquellos actos y debates que tengan que ver con el Gobierno y los asuntos administrativos.

553 El "*fair use*" (literalmente "uso justo", también llamado "legítimo") es un concepto de la legislación de propiedad intelectual de EE.UU. por el cual se establece una serie de casos especiales en los que se podrá usar libremente el material bajo *copyright*, esto es, sin necesidad de compensación económica y tampoco de *pedir permiso* previamente. La legislación de propiedad intelectual española, si bien cada vez más restrictiva, carece de un término equivalente, pero sanciona también algunos de estos "usos justos" (aquellos con fines educativos, satíricos, referenciales, etc.).

innovación musical:

> ¿De cuántas prerrogativas artísticas deberíamos estar dispuestos a prescindir con el fin de mantener nuestra cultura regida por los propietarios (*owner-regulated culture*)? Las vías que el arte quiere transitar puede que sean a veces peligrosas, es el riesgo de la democracia, pero ciertamente ellas no han de venir dictadas por lo que el negocio quiera permitir. Consultad el diccionario --¡el arte no se define como un negocio! ¿Estamos ante un estado de cosas sano cuando los abogados de los hombres de negocios clausuran todos los límites de experimentación para los artistas, o se trata más bien de la receta para el estancamiento cultural?[554]

El cuarto de los grandes agrupamientos que Dery plantea para estas prácticas es el del "*billboard banditry*" (siendo la traducción literal algo así como "bandolerismo de vallas"), el asalto a las grandes vallas y carteles publicitarios, hasta los que estos "bandidos" escalan con pintura, sprays, posters o adhesivos con los que efectuar ciertos *retoques* sobre su superficie. La clave de esta práctica, amén de las dotes de escalada y de disimulo obvias, reside, según Dery, en que las transformaciones que se efectúen requieran un esfuerzo mínimo y, sobre todo, sean muy sutiles. De este modo se garantizaría que la sorpresa y la confusión de los viandantes o conductores resulten mucho mayores y, además, la intervención tendría más posibilidades de pasar inadvertida durante cierto tiempo para los dueños de la valla o los anunciantes implicados. Junto a él, Dery definirá la práctica del *hacking* muy brevemente como aquellas intrusiones informáticas fuera de la ley llevadas a cabo por virtuosos del ordenador y mediante las cuales estos acceden clandestinamente a los archivos y sitios *web* de empresas o gobiernos para manipular su diseño o contenidos y denunciar así políticas ilegales o atentatorias contra las personas, el medioambiente, etc.

Por último, por lo que respecta al "*slash*", Mark Dery aplica

554 Negativland, "Fair Use", 1995, http://negativland.com/fairuse.html (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

este vocablo a cualquier forma mediante la cual historias y textos destinados al consumo masivo son "perversamente reelaborados" por los *culture jammers*, aclarando en cualquier caso que este empleo difiere del sentido más específico que poseía originalmente el citado término. Pues, en efecto, la palabra "*slash*" surge en el contexto del movimiento fan en su acepción tipográfica de "barra oblicua" (*/*), tal y como aclara Henry Jenkins en el capítulo "*Welcome to Bisexuality*" de su obra "*Textual Poachers*":

> El colorido término "*slash*", se refiere a la convención de emplear una barra oblicua -"*slash*"- para significar una relación homosexual entre dos personajes (Kirk/Spock o K/S) y especifica un género de historias de fans en las que se proponen relaciones homoeróticas entre protagonistas de series.[555]

Con esta alusión a K/S el profesor del MIT da cuenta del origen de este género en las historias que los fans (sobre todo *las* fans, que representan el 90% de los fans escritores[556]) de la serie televisiva "Star Trek" comenzaron a elaborar a principios de los setenta a partir de su percepción de la atención y cuidado mutuos que existía entre el Capitán Kirk y Spock, los dos principales protagonistas masculinos de dicha serie. En estas historias, que mantenían siempre la ambientación y la trama espaciales propias de "Star Trek", el cariño y la pasión crecieron rápidamente hasta incluir la presencia de contenido pornográfico explícito.

Estas versiones homoeróticas de la famosa serie adquirieron una apreciable notoriedad (también eminentemente entre el público

555 H. Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*, Routledge, Nueva York, 1992, p. 186. (La traducción es mía).

556 Según la estimación de Camille Bacon-Smith en C. Bacon-Smith, "Spock among the Women", en *The New York Times Book Review*, 16 de noviembre de 1986. Consultado en: http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F50713FD3A5E0C758DDDA80994DE484D81&n=Top%2fReference%2fTimes%20Topics%2fSubjects%2fS%2fScience%20Fiction (última consulta: 2 de octubre de 2006).

femenino) al calor del auge del movimiento fan en la década de los setenta, el cual propició la creación de numerosos clubs y la aparición y distribución cada vez mayor de *fanzines* (como "*Alternatives*", donde aparecen la mayoría de los primeros *slashs*) y demás publicaciones artesanales. De hecho pronto esta práctica se extendió ampliamente, hasta abarcar otras célebres series como "Starsky y Hutch" o "*Miami Vice*" ("Corrupción en Miami"), lo que provocó entre numerosos fans, y también entre algunos críticos culturales, una reacción negativa ante estas reescrituras, llegando a tildarlas de "violación de los personajes" ("*character rape*"). En cualquier caso, después de un repaso por las múltiples formas y concepciones de este *slash*, Jenkins concluye que la polémica que persistentemente rodea a esta práctica ha de contemplarse, más allá de la imagen rígida e intocable que ciertos fans pudieran querer conservar acerca de sus personajes favoritos, en una dimensión cultural más compleja y conflictiva, que no sólo cuestiona los estereotipos masculinos tradicionales, sino el propio *derecho* de los fans a apropiarse de sus mitos, cuestionarlos y reescribirlos a su manera:

> La ficción *slash* representa una reacción contra la construcción de la sexualidad masculina en la televisión y en la pornografía; [...] un rechazo a las opciones prefijadas a favor de una fluidez de identificación erótica, un rechazo de las características sexuales predeterminadas a favor de un juego con posibilidades andróginas. Existen implicaciones considerables detrás de este cambio en nuestras concepciones de los héroes masculinos, pues una concepción sexual jerárquica y muy rígidamente definida sigue siendo central en todos los aspectos de la experiencia social y cultural contemporánea.[557]

Junto a todo esto, resulta interesante destacar una última idea de este célebre artículo de Mark Dery, que no es otra que la relación que el profesor neoyorquino establece entre el *culture jamming* y la urgente necesidad democrática de procesos de *alfabetización visual* para los ciudadanos (la cual también ha defendido Javier Echeverría bajo la

557 H. Jenkins, *op. cit.*, p. 189.

denominación de "*alfanumerización*"[558]). Ello es planteado por Dery desde el convencimiento de que en un momento en que la imagen se erige como un instrumento crucial en la construcción de significado por excelencia, existen amplias lagunas formativas que impiden a la mayoría de la población manejarse con solvencia en el universo icónico que se impone con fuerza:

> En una sociedad de calor, luz y *poltergeists* –un misterioso ultramundo de ilimitada extensión, de luz brillante y con el destello y la suavidad de las cosas materiales- el desesperado proyecto de reconstruir el sentido, o al menos de reclamar esta noción de los departamentos de *marketing* y de las agencias de Relaciones Públicas, requiere *rompedores de fantasmas* (*ghostbusters*) visualmente alfabetizados.[559]

Continuando con las definiciones del *culture jamming* que provienen de la investigación académica, resulta imprescindible apuntar las reflexiones que desde hace años viene proponiendo al respecto el citado profesor neoyorquino Stuart Ewen. Se destaca aquí en particular una interesante y atípica entrevista que le realiza el propio Mark Dery, en la cual se mezclan comentarios de Ewen con las reseñas de sus libros y publicaciones desde finales de la década de los setenta. A lo largo de dicha entrevista queda patente el interés con que este autor ha analizado la evolución de la publicidad desde comienzos del siglo XX (cuando adquiere proporciones plenamente industriales y comienza a servirse de las modernas tecnologías de reproducción mecánica), la cual interpreta como una forma de extensión del control laboral ejercido en la fábrica al terreno social, pugnando por suplantar la cultura popular y la resistencia de los obreros con una dinámica consumista que gira en torno a la insatisfacción y la moda siempre cambiantes[560]. De este modo, tras un breve preámbulo de la entrevista en que resume esta visión sobre el

558 J. Echeverría, *Los Señores del Aire*, pp. 277-284.

559 M. Dery, "Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs".

560 S. Ewen, *Captains of Consciousness. Advertising and the Social Roots of Consumer Culture*, McGraw-Hill, Nueva York, 1976, pp. 23-48.

capitalismo, la sociedad de consumo y el papel de la publicidad con respecto a ellos, Ewen se refiere ya concretamente al *culture jamming*, al que define como una forma de "*terrorismo artístico*" que se lanza contra todas aquellas instancias que propagan "una tecnocultura cada vez más intrusiva e instrumental" en la cual la manipulación de las personas y la búsqueda de una sumisión completa se realiza a través del control de la comunicación y de la consiguiente "manufactura de consenso":

> Los *culture jammers* se posicionan ante lo que sucede en nuestra sociedad, esta cacofonía de imágenes mediáticas fragmentarias, para describir las cosas como son. Pero yo considero que en el corazón de su unión está la esperanza de que podría existir un mundo diferente, un mundo en el que en lugar de incoherencia podría existir la coherencia, en el que en lugar de devaluar al ser humano a favor de la mercancía, podría alcanzarse la comprensión de que la mercancía está al servicio del ser humano.[561]

Otro investigador que se ha interesado por estas prácticas es Jesse Hirsh, docente en la Universidad de Toronto, quien también ofrece su propia definición del *culture jamming*. De esta forma en un artículo publicado en 1997 con el título "*Culture jamming. Democracy now*"[562], plantea que esta interferencia cultural es una forma más de "ejercer tus derechos democráticos, reclamando las ondas mediáticas y recuperando la habilidad de comunicarte con otros". Se trata, según él, de una "síntesis entre cultura y política", un "nuevo ecologismo" que incorpora a la lucha por la igualdad, por la justicia social y por la democracia la reivindicación de la diversidad en el marco del "ecosistema mediático". Finalmente, su reflexión desemboca en una definición de las tres funciones básicas del *culture jamming*: "crear, preservar y destruir".

561 S. Ewen, "Interview/profile of social critic and historian Stuart Ewen" (entrevista con Mark Dery), en *Salon Webzine*, 4 de noviembre de 1996. Consultado en: http://www.levity.com/markdery/ewen.html (última consulta: 2 de octubre de 2006). (La traducción es mía).

562 J. Hirsh, "Culture jamming. Democracy now", en *University of Toronto Varsity Online,* vol. 118, nº 21, Toronto, 11 de noviembre de 1997. Consultado en: http://www.varsity.utoronto.ca/archives/118/nov11/feature/culture.html (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

Crear, explica, porque este movimiento se basa en la improvisación, en la comunión entre nosotros y nuestro medioambiente; preservar, porque el *culture jamming* busca igualmente "la preservación de cosas dulces como historias, experiencias, recuerdos, ideas..." y, finalmente, destruir, porque junto a lo anterior también forma parte de este proceso golpear la "máquina" para permitir más creación y más preservación.

Por otra parte, en el citado artículo "*Ads under attack*", el *Gale Group* propone una interpretación de la esencia de esta práctica social basándose en el *jujitsu*, técnica oriental de artes marciales cuyo principal atractivo radica en que, más allá de las simples nociones de lucha o de defensa personal, se presenta como un sistema que trata de ofrecer claves para la resolución de conflictos de toda índole. En este sentido, propone, entre otros, dos principios muy interesantes para lo que aquí vamos a tratar: Se trata, en primer lugar, de la idea de que no hay que rechazar la fuerza del oponente y, en segundo lugar, de que esa misma fuerza puede ser aprovechada contra dicho oponente para vencerle. Pues bien, en este artículo se aclara que el empleo del término *jujitsu* para referirse a la forma de actuar de los *culture jammers* está tomada del libro "*Rules for Radicals*", en el que Saul Alinsky define la práctica de "*jujitsu* político masivo" como "una táctica básica en la batalla contra los Amos (*the Haves*)" por la cual "los Desposeídos (*the Have-Nots*) no se oponen rígidamente a los Amos, sino que ceden de una manera tan hábil y planificada que la fuerza superior de los Amos se convierte en su propio perdición"[563]. A partir de esta noción, los investigadores del *Gale Group* explican que la idea en la que se apoya el *culture jamming* es la de aprovechar el potente flujo de imágenes e información de los *media* para desviarlo de su curso precisamente contra su propia fuente emisora, llegando a calificar esta corriente crítica como "Robin Hoodismo semiótico" ("*semiotic Robin Hoodism*")[564]. En efecto, desde la perspectiva de estos estudiosos, el *culture jammer* pugnaría por arrebatar los códigos y formas de expresión de los mensajes de los medios hegemónicos para a continuación abrirlos a aquellos relegados

563 S. Alinsky, *Rules for Radicals: A Practical Primer for Realistic Radicals*, Vintage Books, Nueva York, 1971, p. 152. (La traducción es mía).

564 Gale Group, "Ads under attack", *op. cit*.

habitualmente del discurso público. La conclusión que se extrae de este artículo apunta, pues, a que en el Imperio de los Signos que Dery describe sería posible la resistencia mediante la utilización de los signos que los *mass media* propagan contra esos mismos medios (y los grupos de poder que los controlan), esto es, no oponiéndose a su fuerza sino empleándola contra ellos mismos, en lo que podría calificarse como *jujitsu semiótico*.

Saliendo ya de los círculos de la investigación estrictamente académica, considero interesante apuntar brevemente las ideas de otros autores que, aunque sólo de manera tangencial, también han contribuido a la conceptualización de esta crítica cultural. En este sentido, en 1997 el joven artista bielorruso Yuri Gitman recorre en su artículo titulado "*Recontextualizing as a Creative Process*" diferentes corrientes artísticas y culturales, y entre ellas incluye un pequeño apartado dedicado al *culture jamming*, definiéndolo como otra de las formas de poner en práctica ese proceso creativo de "recontextualización" del que trata su texto. Más concretamente, este inventor de fama internacional lo considera como una forma de activismo social y político con dos planteamientos generales destacados: Por una parte, su intento de socavar la configuración de una "sociedad del espectáculo", tal como la definía Guy Debord; y, por otra, el reto que plantea a los deshumanizantes mensajes de la "cultura" mercantil[565]. Otro autor que se ha referido, aunque sólo sea brevemente, a la "interferencia cultural" ha sido Aaron Mathes, el cual también en 1997 publica en la revista "*Dollarandsense*", con el título de "*Active culture*", un artículo en el que afirma que el *culture jamming* implica "un proyecto agresivo, de guerrilla, que confía en última instancia en los esfuerzos independientes de individuos comprometidos para importunar los móviles de beneficio de las empresas irresponsables"[566].

565 Y. Gitman, "Recontextualizing as a Creative Process", 1997. http://www.lcc.gatech.edu/~herrington/WebSite/response/hyper/gt5342a (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

566 A. Mathes, "*Active culture*", en *Dollarandsense*, nº 214, Boston, noviembre-diciembre de 1997. Consultado en: http://www.dollarsandsense.org/issues/nov97/culture.html (última consulta: 2 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

Incluso la escritora canadiense, Naomi Klein, autora del conocido libro "No Logo", le dedica en esta obra una interesada atención al *culture jamming*, en el marco de su tesis acerca del urgente desafío que supone la degradación mercantil del espacio público, comprendido en sentido amplio. Centrándose en aquellas manifestaciones más llamativas de las prácticas que aquí nos ocupan (aquellas que se apropian de los códigos de la publicidad comercial) y echando mano de un término que estimo sobrecargado semánticamente en nuestros días, Klein las engloba bajo la denominación de "piratería publicitaria". De este modo, la escritora parte de la doble premisa de que la inmensa mayoría de los ciudadanos ni ha autorizado que se le muestren los anuncios comerciales (incidiendo en que, además, esta forma de invasión se hace cada vez más acusada, alcanzando escuelas, hospitales...), ni puede costearse el acceso a los soportes publicitarios con que expresarse o replicar a su vez, para proponer su propia definición de la interferencia cultural, consistente, según ella, "en parodiar los anuncios y en asaltar las vallas callejeras para alterar por completo sus mensajes"[567]. A esta breve consideración añade Klein su reconocimiento de las altas cotas de virtuosismo de algunos de estos "piratas", que en buena parte atribuye a su diestro manejo de las nuevas herramientas tecnológicas de diseño (que vendría a sublimar las técnicas más *graffiteras)*, diferenciándolos de aquellos que sólo introducen algún elemento disonante o "sucio" en estos mensajes. Para concluir la escritora canadiense apunta admirativamente que la cada vez mayor maestría de estos "nuevos Robin Hood" de los símbolos masivos, con su capacidad de "interceptar" y "apoderarse" de los mensajes comerciales originales, está alimentando la propagación de "un clima de desagravio semiótico"[568].

A continuación se repasan algunas de las definiciones y aproximaciones teóricas que parten de los propios actores del *culture jamming*, comenzando por uno de los grupos más conocidos internacionalmente, *Adbusters* (el cual forma parte de una asociación más amplia radicada en Canadá y llamada *The Media Foundation*),

567 N. Klein, *No Logo*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2001, p. 330.
568 *Ibid.*, p. 331.

responsable de la publicación de la revista trimestral homónima[569] y cuyo editor principal, Kalle Lasn, define a los *culture jammers* como "una red global flexible de artistas, activistas, defensores del medioambiente, empresarios ecologistas, profesores de alfabetización mediática, izquierdistas de nuevo cuño, alborotadores de instituto y universidades, renegados (*dropouts*), incorregibles, poetas, filósofos, ecofeministas [...] que nos entregamos día a día a la tarea de socavar la cultura consumista"[570]. De esta manera Lasn se muestra convencido de que la interferencia cultural puede agrupar en torno a ella un movimiento equiparable al de la lucha por los derechos civiles de los años cincuenta y sesenta en EE.UU., al feminismo de la década de los setenta o al ecologismo en los ochenta. Y ello para afrontar una batalla que vislumbra ajustada a la predicción de Marshall McLuhan de la Tercera Guerra Mundial como una "guerra de guerrillas informativa" en la que estaría inmersa toda la población y no ya ejércitos enfrentados localizadamente: "La próxima revolución", proclama el director de *Adbusters* con su habitual grandilocuencia "no será librada en el cielo o en las calles [...], sino en periódicos y revistas, en la radio, en la televisión y en el ciberespacio. Será una guerra propagandística sucia y desbordada donde se enfrentarán visiones del mundo y del futuro en competición"[571]. Finalmente, Kalle Lasn incluye en su libro "*Culture jam*" lo que denomina el "Manifiesto del *culture jammer*", donde expone todas estas ideas de una forma concisa y muy directa:

> Desafiaremos a los contaminantes mentales arquetípicos y les venceremos en su propio juego. Desmitificaremos sus marcas billonarias con *uncommercials* en TV, con páginas publicitarias subversivas en revistas y con anti-anuncios al lado de sus anuncios en el paisaje urbano. Tomaremos el control del papel y de la función que las empresas desempeñan en nuestras vidas y estableceremos nuevas "agendas" para sus industrias. Distorsionaremos a los

569 Ver: http://www.adbusters.org.

570 K. Lasn, *Culture Jam: How to reverse America´s suicidal consumer binge –and why we must*, Quill (Harper Collins), Nueva York, 2000, p. 111. (La traducción es mía).

571 *Ibid.*, p. 124.

> mercaderes de la cultura popular y llevaremos a su industria de la imagen a un parón súbito, estremecedor. Sobre los escombros de la vieja cultura, construiremos una nueva con un corazón y un alma no comercial.[572]

Amén de las reflexiones surgidas desde la organización canadiense *The Media Foundation*, considero también notable la aportación que otros colectivos implicados en la interferencia cultural realizan para la definición teórica de sus prácticas. En este sentido, destacan especialmente otros dos grupos, cuya continuada trayectoria de interferencia cultural ha venido acompañada de un aprovechamiento de Internet para difundir sus propuestas teóricas al respecto.

El primero de ellos es *Los Angeles Cacophony Society*, asociación californiana que define su concepción del *culture jamming* con un "autorretrato" que esbozan en su página *web* adoptando la forma de un diálogo al modo socrático entre la "Razón" y la "Sinrazón". En dicho texto esta "sociedad" afirma que sus acciones de *culture jamming* consisten en una especie de "terapia de *shock* mediática" con la que, por la vía de la confusión, de la aberración, de la *cacofonía* (acaso otra forma de denominar la idea de la interferencia), pretenden lograr que florezcan la duda, la crítica y la incertidumbre de donde, según ellos, parte toda creación. Podría, en fin, aplicarse en buena medida al *culture jamming* el propósito que ellos expresan en relación a sus intervenciones *cacofónicas* en la ciudad de Los Angeles: "Con nuestros engaños y con nuestro teatro de guerrilla pretendemos mantener a la gente comprometida en un *duelo con la realidad*"[573]. Por lo que respecta al segundo de los grupos aludidos, se trata del denominado *Apocalyptic Optimism for the End of History*, que parte de la premisa de la inoperancia de una crítica centrada únicamente en el discurso racional

572 Lasn, *op.cit.*, p.128.
El término "*commercial*" designa en inglés los anuncios televisivos en general, por lo que el derivado "*uncommercial*" que aparece en esta cita se refiere a aquellos anuncios televisivos no comerciales.

573 L.A. Cacophony Society, "About Cacophony. A dialogue between the collective voices of reason and unreason", http://la.cacophony.org/CS_socrat.html (última consulta: 3 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

para apostar por trasladar la batalla contra el control de la comunicación al propio terreno mediático, caracterizando consecuentemente al *culture jamming* como sigue:

> El *culture jamming* golpea done el discurso racional resbala. Consiste simplemente en la introducción viral de ideas radicales. Es viral en tanto que usa los propios recursos de los enemigos para reproducirse –fotocopiadoras, vallas "alteradas", páginas *web*. Es radical porque –idealmente- el mensaje, una vez descifrado, dañaría las creencias ciegas. Publicidad paródica, falsos artículos de periódico, sátira, plagio. El mejor *culture jamming* es completamente inesperado, sorprendente e impactante en sus implicaciones.[574]

Otro polo de reflexión reseñable por lo que respecta a la definición de la interferencia cultural lo constituye sin duda el proyecto *online* de "*Culture Jammer´s Encyclopedia*" ("Enciclopedia del *Culture Jammer*"), de entre cuyas numerosas referencias a grupos de artistas y activistas y enlaces a las direcciones *web* de otras asociaciones, encontramos un artículo titulado "*Notes on culture jamming*". En él David Nox, director de cine y colaborador de la Escuela de Cine y Estudios Culturales de la Griffith University, realiza un repaso de algunas de las premisas de la interferencia cultural para definirla después a partir de su propuesta de asimilación entre forenses y *culture jammers*. Y es que estos, según Nox, se dedicarían a diseccionar los mensajes publicitarios y mediáticos en general con el propósito de analizar cuáles son las apelaciones y sugerencias que llevan aparejados, para a continuación volver a ensamblar dichos mensajes, aunque esta vez de forma discordante. Mediante esta forma de interferencia crítica de lo que se trataría es de producir en el receptor un *shock* provocado por el hecho de que sea precisamente la forma propia de los discursos hegemónicos el vehículo para propagar las críticas y alternativas que se proponen frente a él:

574 Apocalyptic Optimism for the End of History, "Culture jamming", http://www.abrupt.org/CJ/CJ.html (última consulta: 3 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

> El *culture jamming* toma el deseo latente dentro de un fragmento mediático aislado, lo reprograma y lo pone de nuevo en circulación [...] extrae los significados de piezas sueltas del puzzle mediático y los retransmite en nuevos contextos donde puedan liberarse. Se lleva de la escena del crimen una obra cinematográfica, literaria, de video o de audio. Sacada del tiempo y del espacio sociocultural en el que había sido intencionadamente fijada, esa partícula cultural interferida arroja su voz desde el pasado hacia el presente. De este modo los secretos pueden quedar explícitamente revelados, las historias ocultas pueden ser descubiertas.[575]

Por último, apuntaré una definición de esta práctica que considero relevante, además de por su interés teórico, por el hecho de que se halle incluidas en un diccionario de neologismos ingleses alojado en Internet. Ello cual supone, a mi entender, una muestra notable del grado de implantación que el *culture jamming* ha adquirido en el mundo anglosajón, hasta el punto de aparecer incluso en estudios de ámbito artístico. Concretamente, el término aparece recogido en "*Words of art*", el glosario *online* de Teoría y Crítica de las Artes Visuales que viene elaborando, en calidad de compilador, el profesor Roberto J. Belton, del Departamento de Bellas Artes de la Universidad de British Columbia. En él Belton define el *culture jamming* como una corriente que incluiría todas aquellas formas de activismo "normalmente presentado en forma de evento mediático fraudulento" a través de las cuales se intenta plantear una "crítica a las instituciones" o una "crítica a la representación"[576], esto es, una denuncia de la manera en que unos pocos grupos de comunicación ejercerían su hegemonía sobre la visión del mundo que se forma la mayor parte de la población.

575 D. Nox, "Notes on culture jamming. Spectres of the Spectrum: A Culture Jammer´s Cinematic Call to Action", 2000: http://sniggle.net/Manifesti/notes.php (última consulta: 3 de octubre de 2006). (La traducción es mía).

576 R. J. Belton, "Words of Art: The C List", en *Words of Art. On-Line Glossary of Theory and Criticism for the Visual Arts*:
http://people.ok.ubc.ca/creative/glossary/c_list.html (última consulta: 3 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

4.1.2. Guerrilla de la comunicación

Si bien en el ámbito de la comunicación el empleo del término "guerrilla" ha sido adoptado desde diversas perspectivas (entre las que citaré el "cine-guerrilla" o el "*marketing* de guerrilla" como dos polos extremos) se puede señalar el origen de esta "guerrilla de la comunicación" en las tempranas reflexiones sobre semiótica de Umberto Eco, y más concretamente en la ponencia "*Per una guerriglia semiologica*", que el autor piamontés preparó para el congreso Vision ´67, celebrado en octubre de 1967 en la ciudad de Nueva York. En dicho texto, Eco parte de la acentuada pérdida de relevancia del contenido informativo ante "el bombardeo gradual y uniforme de la información, en la que los diversos contenidos se nivelan y pierden sus diferencias"[577], remitiendo en este punto a las ideas expuestas por Marshall McLuhan en "*Understanding Media*"[578] y resumidas en su célebre sentencia "*the medium is the message*" ("el medio es el mensaje"). Afirmado esto, el filósofo italiano criticará a continuación la deriva fatalista que habrían tomado estas ideas, de las cuales se deduciría, según la perspectiva que él viene denominando "apocalíptica", que el receptor quedaría condenado a la sumisión y a la apatía: "el destinatario del mensaje de los *mass-media*, desvinculado de los contenidos de la comunicación, recibe sólo una lección ideológica global, un llamado a la pasividad narcótica. Cuando triunfan los medios de masas, el hombre muere"[579].

Ante tal reduccionismo, Eco apela a la confusión que supone el recurso al término "*media*", el cual no permitiría, a su juicio, dar cuenta del *décalage* permanente entre los códigos con que se transmite un mensaje y aquellos que se pueden emplear para descodificarlo, en cuya elección desempeñarían un papel fundamental las circunstancias en las que el receptor lea el mensaje. Ilustrando esta afirmación con ingeniosos ejemplos de malentendidos e interpretaciones divergentes de un mensaje

577 U. Eco, "Para una guerrilla semiótica", en U. Eco, *La estrategia de la ilusión*, Lumen, Barcelona, 1986, p. 183.

578 M. McLuhan, *Understanding Media: The extensions of man*, Routledge, Londres, 1995.

579 U. Eco, "Para una guerrilla semiótica", p. 183.

idéntico, el catedrático de la Universidad de Bolonia concluye que, si bien este tipo de ambigüedad se reduce drásticamente en la comunicación cotidiana y en la estética es conscientemente buscada, "el universo de la comunicación de masas está lleno de estas interpretaciones discordantes; diría que l*a variabilidad de las interpretaciones es la ley constante de las comunicaciones de masas*"[580], hasta el punto de apostillar a continuación "es por esto que creo que en los países pobres incluso la publicidad televisiva puede funcionar como mensaje revolucionario"[581].

Llegado a este punto, Eco reflexiona acerca de la posibilidad de que tal divergencia potencial en los códigos pueda ser explotada conscientemente para alterar los procesos de comunicación masivos, no apelando a una toma de poder de las instancias de emisión o a una reforma del contenido de los mensajes, sino actuando sobre las circunstancias reales de recepción para propiciar de este modo la proliferación de una "descodificación discordante". Es en este sentido que el autor italiano apela a la mencionada "guerrilla semiológica" como una *táctica* de descodificación que opondría a la redundancia de los mensajes masivos la instauración de circunstancias de recepción diversas que dieran pie a diferentes lecturas de dichos mensajes, por más que estos permanecieran inalterados en cuanto a su forma significante:

> La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega. Si he hablado de guerrilla es porque nos espera un destino paradójico y difícil, a nosotros, estudiosos y técnicos de la comunicación: precisamente en el momento en que los sistemas de comunicación prevén una sola fuente industrializada y un solo mensaje, que llegaría a una audiencia dispersa por todo el mundo, nosotros deberemos ser capaces de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular, a cada miembro en particular, de la

580 *Ibid.*, p. 188. (La cursiva es mía).
581 *Idem*.

> audiencia universal, para discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de partida.[582]

He aquí, pues, las tempranas reflexiones de Eco que van a suponer varias décadas después una influencia fundamental reconocida por los diferentes autores, grupos políticos y movimientos artísticos que comienzan a experimentar y a reflexionar en torno a una gran variedad de prácticas que engloban en el término "guerrilla de la comunicación". Lo primero que conviene aclarar, no obstante, es que la producción teórica al respecto es todavía extremadamente limitada, en claro contraste con la amplia proliferación cuantitativa y también cualitativa de este tipo de prácticas. A ello hay que añadir que no pocas de las actividades que dicha noción de nuevo cuño incluye son definidas como tal *a posteriori*, esto es, sin una formulación consciente de sus actores en este sentido. Finalmente resulta necesario señalar que en no pocas ocasiones los términos *culture jamming* y guerrilla de la comunicación se emplean con sentido muy similar y de forma casi intercambiable, dependiendo tal uso de si nos encontramos en un ámbito de predominante influjo norteamericano o europeo, respectivamente.

Explicado esto, trato a continuación de definir sintéticamente en qué consiste esta particular forma de guerrilla y cuáles son sus principios más destacados. Para ello se recurrirá a uno de los muy escasos textos dedicados enteramente a esta cuestión y que, pese a su manejo de bibliografía académica, proviene directamente del ámbito de ciertos movimientos artísticos y políticos que operan en Europa, el "Manual de guerrilla de la comunicación", cuyos autores son los "nombres múltiples" Luther Blisset[583] y Sonja Brünzels. El empleo de este tipo de paradójicos nombres individuales que cualquiera puede utilizar y que designan, por tanto, a un grupo difuso y no a una persona real, constituye ya en sí mismo una forma de guerrilla de la comunicación que se explica en el

582 *Ibid.*, p. 190.

583 A este respecto, apunto que el tal Luther Blisset fue en realidad un futbolista jamaicano que recaló en el AC Milán en la temporada 1983-84, destacando rápidamente por su catastrófico rendimiento y quedando elevado a la categoría de "antiestrella" futbolística.

propio "Manual...": "El nombre múltiple [...] de manera mágica otorga al individuo una participación en el cuerpo colectivo de la persona imaginaria, en la cual se encarnan el movimiento y la fuerza de una masa invisible"[584].

Dos ejemplos notables y bien efectivos de nombres múltiples empleados por movimientos políticos oprimidos son el de "Ludd" (con sus variantes "Ned Ludd", "General Ludd" o "Rey Ludd"), que asumió el movimiento obrero *luddita* surgido a comienzos del siglo XIX en ciertas ciudades industriales inglesas y con el que firmaban sus comunicados y los propios ataques contra molinos y fábricas; y el contemporáneo del "Subcomandante Marcos" de la guerrilla zapatista chiapaneca, un paradójico líder "sub" al que jamás se le ve el rostro y a cuya figura se apela colectivamente para publicar cartas y manifiestos políticos o para hacer de interlocutor con los medios de comunicación y las autoridades. En este sentido, los autores del manual destacan, como síntoma de la enorme efectividad de esta otra forma de guerrilla que desconcierta y atrae a un tiempo, el gran trabajo que se tomó el Gobierno mexicano en sofocar esta rebelión comunicativa que tantos quebraderos de cabeza le traía mediante la búsqueda del rostro individual oculto tras el pasamontañas colectivo del Subcomandante Marcos:

> Los gobernantes de México desde luego han entendido muy bien el funcionamiento del mito colectivo y las consiguientes prácticas mágicas Eso se ve en sus esfuerzos desesperados (y sin resultado) por encontrar al individuo "real" que se esconde bajo el nombre, de enseñar públicamente su cara con el fin de reducirlo de mito colectivo a individuo burgués.[585]

A partir de aquí los autores explican que su trabajo de definición de estas prácticas surge de la necesidad de una reflexión que permitiera vincular sus acciones cotidianas con una teoría crítica, de modo que ambas pudieran enriquecerse mutuamente, en lugar de correr

584 L. Blisset y S. Brünzels, *Manual de guerrilla de la comunicación*, Virus, Barcelona, 2000, p. 38.
585 *Ibid.*, p. 41.

de forma paralela, cuando no directamente enfrentada. Ello implica, tal y como previenen, que en ningún momento se proponen en su obra alcanzar una definición estricta y cerrada de la guerrilla de la comunicación, ni tampoco compilar un recetario de intervenciones que puedan extrapolarse a cualquier contexto. Igualmente puntualizan que dicha guerrilla no se presenta como una alternativa que venga a sustituir a los proyectos de información independiente o de crítica de los contenidos de los *mass media*, sino que se concibe en interrelación y discusión con ellos. Después de realizar estas matizaciones previas, Blisset y Brünzels abordan ya la definición de la guerrilla de la comunicación, que para ellos forma parte de un proceso de crítica de la manera en que se normalizan discursiva y culturalmente las relaciones sociales de dominio en sus diversas declinaciones (sexismo, nacionalismo, racismo, explotación, etc.) hasta hacerlas pasar por naturales o incluso invisibles. Será, pues, desde estas premisas que los autores conciben dicha guerrilla como sigue:

> La guerrilla de la comunicación quiere socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante. [...] Su proyecto es la crítica de la no-cuestionabilidad de lo existente. Dicha subversividad pretende transformar los discursos cerrados en situaciones abiertas, cuestionando la normalidad mediante un inesperado factor de confusión. [...] Quien practica las reglas de la gramática cultural en la comunicación no sólo de forma inconsciente, sino que las utiliza de manera creativa, puede usarlas para sus propios fines. Puede instrumentalizarlas y tergiversarlas llenándolas con contenidos discordantes, poniéndose las vestimentas ritualizadas, usurpando roles ajenos e, incluso, adoptando el tono de voz del poder en ciertas circunstancias.[586]

Por lo que concierne particularmente a la metáfora de la "guerrilla" propuesta por Eco varias décadas atrás, Blisset y Brünzels subrayan lo apropiado de su empleo por cuanto, más allá de las connotaciones derivadas de "cierto romanticismo revolucionario", en todas las prácticas englobadas por esta denominación resulta clave la

586 *Ibid.*, pp. 6, 7 y 26.

dimensión local, esto es, el conocimiento específico del terreno donde se opera; en ellas basta con la intervención de grupos reducidos, que rehuyen un enfrentamiento abierto en el quedarían desguarnecidos, dadas sus reducidas fuerzas; y, finalmente, la movilidad continua y la intervención clandestina se convierten en un factor clave de la batalla comunicativa frente a las plazas fuertes de los grandes medios de comunicación: "la guerrilla no opera desde una posición visible como un ejército oficial, sino desde las sendas accidentadas y perdidas, alejadas de las grandes rutas"[587].

En cuanto a los "principios" fundamentales que orientan la acción de estos guerrilleros de la comunicación, los autores destacan dos por excelencia, el distanciamiento y la sobreidentificación. Por lo que se refiere al principio de *distanciamiento*, se basa en la idea de que en multitud de situaciones cotidianas se esconden significados más profundos y no explícitos, a la manera de aquellos cuentos clásicos de la literatura fantástica en los que la mediación de una distancia con respecto a las vivencias ordinarias permite detectar en ellas una fisura en la cual realidad e irrealidad se mezclaban y confundían. Según los autores del "Manual..." este principio de distanciamiento resulta especialmente eficaz porque permite percibir "el nexo semántico entre los mensajes (escritos o hablados) y las situaciones en las cuales éstos se producen"[588]. A partir de aquí el juego con la descontextualización y la introducción de elementos discordantes en contextos perfectamente codificados y organizados abre inmensas posibilidades creativas y críticas.

El segundo principio, el de la *sobreidentificación*, representa en sí otra forma de manejar la distancia con respecto a las situaciones comunicativas cotidianas, si bien en este caso de lo que se trata más bien es de una *supresión de dicha distancia* con respecto a aquello que se pretende poner en cuestión. En efecto, tal principio nace de la constatación de que el sistema dominante está cargado de marcadas incoherencias y contradicciones que, no obstante, permanecen ocultas y llegan a alcanzar el estatuto de *tabú* gracias a su silenciamiento o

587 *Ibid.*, p. 9.
588 *Ibid.*, p. 50.

eufemización. Consecuentemente, Blisset y Brünzels sostienen que en situaciones en que el discurso hegemónico alcanza un grado muy elevado de hermetismo y opacidad (absorbiendo la crítica distanciada con respecto a sus propias contradicciones, que quedaría de este modo cínicamente neutralizada) resultará mucho más aguda y efectiva aquella otra crítica que lo cuestione *desde dentro*, asumiendo sus postulados con un grado de coherencia tal que sea posible dejar al desnudo sus implicaciones más *inconfesables* (lo cual recuerda a la posibilidad de resistencia por "reversión" ante la "simulación cultural" que Baudrillard define como "hipersimulación conformista", la cual "transforma a las masas, que no debían ser más que el ganado de la cultura, en el agente exterminador de esta cultura"[589]). Los autores del "Manual..." expresan dicho planteamiento de la siguiente manera:

> Dada esta situación, una forma eficaz de subversión puede consistir en expresar de modo afirmativo dichos aspectos callados y hacerlo de forma convincente, imitando la lógica del sistema con la máxima fidelidad para que nadie de los confrontados con ella tenga muchas posibilidades de distanciarse.[590]

Esta afirmación de Blisset y Brünzels posee dos implicaciones que me resultan francamente interesantes. Por un lado, la ambiciosa apuesta que supone renunciar a los consabidos discursos esclarecidos para concebir una crítica arraigada en el propio corazón del orden que se busca cuestionar. Y subrayo el calificativo de "ambiciosa" por lo arriesgado de una expresión que se propone dar al traste con la capa protectora de cinismo contenida en los discursos ideológicos hegemónicos, para superarla hasta el extremo y confrontar así directamente a los que los defienden con las consecuencias últimas de sus aseveraciones. En este sentido, el guerrillero de la comunicación habrá de identificarse con aquello que pretende criticar hasta tal punto que deberá creer en ello *más* que sus auténticos propugnadores. De igualmente ambicioso se puede calificar el reto que se deriva del hecho

589 J. Baudrillard, *Cultura y simulacro*, p. 92.
590 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, p. 55.

de sostener una tensión expresiva que conjugue la verosímil inserción en la lógica hegemónica (sin cuyo *aval* la intervención quedaría inmediatamente bloqueada por el rechazo automático de un público incapaz de *reconocerse* en el actor) con el peligro de llevar la actuación tan lejos que provoque, ya no la mera afirmación de aquello que se denuncia, sino incluso su refuerzo. ¿Qué significa esto, en resumidas cuentas? Que aquella "imitación de la lógica del sistema" habrá de ser lo suficientemente virtuosa para permitir hablar en su nombre y revestido con su autoridad durante cierto tiempo, y a la vez lo bastante exagerada para desencadenar una situación que finalmente *delate* su falsedad y, con ello, a la instancia así denunciada, que probablemente no podrá eludir una rectificación (la cual supone para el imitador "un visto bueno oficial"[591] a su labor).

De este modo, se comprueba el papel clave que desempeña en este tipo de práctica comunicativa el recurso a la *afirmación*, el cual propicia que el eje de la crítica pueda desplazarse de la clásica denuncia en términos negativos, que en no pocas ocasiones queda sofocada en su propia impotencia, a la amplia elocuencia que permite el cuestionar la lógica del poder tomando prestado los elementos del discurso hegemónico. Para los autores del "Manual...", mediante esta forma de crítica, a la que ellos califican ya de "*sobreafirmación*", se reeditaría en nuestra época una forma de sátira del poder que ha deparado ya destacadas expresiones. A este respecto citan, por ejemplo, la novela "Las aventuras del valeroso soldado Schwejk", escrita por el escritor de Bohemia, Jaroslav Hasek[592], y en la que el autor checo lleva a cabo un retrato despiadado e irreverente de la Europa que, apenas recuperada del desastre de la Primera Guerra Mundial, proseguía su deriva marcial y la propugnación como valores sociales esenciales del orden y la disciplina. En este contexto inserta Hasek a su soldado Schwejk quien, absolutamente imbuído de los citados valores y ansioso por servir "hasta el último suspiro" al Emperador, lleva a tal extremo su obediencia a las directrices de sus superiores que provoca un auténtico colapso en la estructura militar por acatarlas "de manera exagerada y, por tanto, de

591 *Ibid*., p.71
592 J. Hasek, *Las aventuras del valeroso soldado Schwejk*, Destino, Barcelona, 1980.

forma inadecuada"[593].

En definitiva, el recurso esencial a la afirmación excesiva en el marco de este principio de sobreidentificación permitiría, pues, superar las barreras comunicativas que habitualmente se imponen a un planteamiento crítico con los postulados dominantes y, por consiguiente, *nadar a favor de la corriente* discursiva. De esta forma, al adoptar un discurso plenamente establecido (sólo que hasta sus últimas consecuencias), se podrá llegar a optimizar la posición subalterna en determinadas pugnas dialécticas contra una instancia hegemónica, recuperando la iniciativa que proporciona afirmar y obligando a dicha instancia a asumir la inversión de roles y adoptar la posición de la negación (ya sean desmentidos, rectificaciones, aclaraciones...) que ella trata asiduamente de imponer al resto.

Por último, se revela como altamente ilustrativo el hecho de que Blisset y Brünzels recojan en su libro un catálogo detallado de prácticas de guerrilla de la comunicación de las cuales muchas coinciden con las mencionadas por Mark Dery con respecto al *culture jamming* (tergiversación publicitaria, "mejoras" de vallas y otras formas de *sniping*, *slash*, etc.). Queda así aún más patente el solapamiento parcial de ambos términos en función del ámbito teórico en que se aluda a ellos. En cualquier caso, resulta interesante destacar en este punto algunas de las formas de esta particular guerrilla que remiten específicamente a contextos de interacción inmediata y directa, las cuales no pocas veces quedan al margen del interés de los estudiosos, tal y como los propios autores remarcan al comienzo de su obra: "Bien al contrario de la obsesión generalizada por los *media*, el concepto de guerrilla de la comunicación no se refiere solamente a la comunicación mediática, sino también a la comunicación e interacción `cara a cara´ en distintos foros de comunicación"[594]. En concreto, me refiero aquí a dos de estas formas, el teatro invisible y el *happening*, las cuales surgen directamente de corrientes críticas del arte dramático que han influido profundamente a lo largo del siglo pasado en la radical innovación en el ámbito del teatro.

593 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, p. 80.
594 *Ibid.*, p. 9.

Por lo que respecta al *teatro invisible* lo primero que hay que aclarar es que constituye, junto con el teatro-fórum, el teatro-imagen y el teatro legislativo, una de las técnicas más importantes del llamado *teatro del oprimido*, iniciado e impulsado por el dramaturgo brasileño Augusto Boal. El nacimiento de dicha corriente teatral estuvo profundamente inspirado por la pedagogía del oprimido, que el educador brasileño Paulo Freire propugnara a partir de 1970 desde su exilio chileno con el propósito, ya no de alfabetizar a las clases oprimidas, sino de promover entre ellas un aprendizaje crítico y una relación horizontal entre profesores y alumnos que habilitara plenamente a estos a descifrar, intervenir y cambiar el entorno que habitaban. Esta fue la propuesta que Boal trató de trasladar a las artes escénicas para romper la frontera establecida entre actores, monopolizadores de la voz, de la luz y de la acción, y público, condenado al ostracismo del mutismo, la oscuridad y la pasividad:

> Al principio, el teatro era el pueblo cantando libremente al aire libre: el pueblo era el creador y el destinatario del espectáculo teatral, que podía entonces llamarse canto ditirámbico. Era una fiesta de la que todos podían libremente participar. Vino la aristocracia y estableció divisiones: algunas personas irán al escenario y sólo ellas podrán actuar -las demás se quedarán sentadas, receptivas, pasivas: éstos serán los espectadores, la masa, el pueblo. Y para que el espectáculo pueda reflejar eficientemente la ideología dominante, la aristocracia establece otra división: algunos actores serán los protagonistas (aristócratas) y los demás serán el coro, de una forma o de otra simbolizando la masa.[595]

Y precisamente el teatro invisible constituyó una de las técnicas específicas mediante las cuales el dramaturgo brasileño buscó derribar estos "muros" erigidos en torno al teatro y *rehabilitar* al público para que fuera de nuevo capaz de participar en la obra, representando la

595 A. Boal, *Teatro del Oprimido y Otras Poéticas Políticas*, Ediciones La Flor, Buenos Aires, 1974, p. 9.

opresión que sufría y utilizando el teatro como herramienta de liberación de ella. Con este teatro invisible, que Boal comenzó a concebir y practicar a partir de su exilio de Brasil a principios de los 70, el autor tendía una *trampa estética* al espectador que, sin ser consciente de ello, se encontraba inmerso de lleno en una obra teatral en el sitio más inesperado (la calle, la plaza, la escuela, el supermercado, *incluso* en el teatro) y se veía impelido a reaccionar ante lo que presenciaba, mostrando así su auténtico posicionamiento mientras construía la obra simultáneamente a los actores.

Pues, en efecto, tal forma teatral parte de unos actores que en ningún momento se presentan como tales (su desenmascaramiento pondría fin a la función), sino que buscan el mimetismo y la integración en el entorno donde quieren representar una determinada *obra*. Dicha obra será entendida, así, como la provocación de una situación conflictiva que, si bien está preparada de antemano (con un foco central y un texto previo donde se planifican sucintamente la caracterización, algunos diálogos, posibles giros de la acción, etc.), se basa en la improvisación y en la versatilidad de los actores para integrar en ella las reacciones del público, sin prever más desenlace que el que los espectadores-actores improvisados decidan darle. La intención de este teatro invisible consistía así en confrontar a la gente ordinaria con la opresión para incitarla a intervenir, o bien para hacerle ver las consecuencias de su indiferencia y mutismo, en lo que Boal denominaba el momento de la "crisis china". En efecto, según él, los chinos carecen de un ideograma para nuestra palabra "crisis" y han de representar este concepto con dos diferentes: uno que indica "peligro" y un segundo que significa "oportunidades"[596].

Por último, en lo que se refiere al *happening*, que bautizó así el artista Allan Kaprow, es otra forma de intervención teatral que, surgida en los años cincuenta, propugna la toma del espacio público como

596 M. García Vega, "El teatro del oprimido y la red" (Trabajo de investigación para el curso de Netart de la Universidad del País Vasco), 2005. Consultado en http://www.ehu.es/netart/alumnos/Garcia_Vega/tema.htm (última consulta: 7 de octubre de 2006).

escenario dramático y la explotación de las posibilidades artísticas, expresivas y políticas que él contiene. Por *happening* se entiende una actuación que se desarrolla de forma colectiva e inesperada en cualquier sitio y en la que resultan clave, por un lado, la involucración espontánea del público y, por otro lado, el propio proceso de su construcción y desarrollo improvisados, más allá del resultado final que se alcance, con lo cual se busca manifestar un rechazo a la manera tradicional de la creación artística. A lo largo de la década de los sesenta esta forma teatral adquirió cada vez más importancia, congregando en torno a ella en ocasiones incluso a miles de personas e inspirando igualmente a movimientos políticos de la época, ansiosos por encontrar una variante de acción política adecuada para expresar su desafío a las estructuras sociales percibidas como opresoras (así como a las rígidas formas de organización y oposición a ellas). En este sentido Blisset y Brünzels dan cuenta del uso político del *happening* por parte de determinados grupos de las décadas de los sesenta, setenta y ochenta, que experimentaron con él como una forma de innovación de sus prácticas políticas:

> ...en el *happening* político se trata de una transgresión de las normas sociales y de los discursos hegemónicos mediante una acción concreta [que les opone] la agitación directa y la confrontación, el enfrentamiento provocador e ingenioso a favor de un espacio público como lugar donde pueden manifestarse los conflictos sociales. [...] Trastornan por un momento la gramática cultural del espacio público, posibilitando una forma más divertida de enfrentarse con el poder.[597]

Una de las primeras manifestaciones de este tipo de *happening* la puso en marcha la compañía denominada *Living Theater* que, desde su fundación en 1946 por Julian Beck y Judith Malinas, ha alcanzado notoriedad mundial por sus intervenciones teatrales en el espacio público. Con ellas han tratado de provocar e implicar siempre a los viandantes acerca de muy diversas temáticas, incluyendo asuntos políticos como la guerra de Vietnam, la ocupación del Líbano

597 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, pp. 123-124.

(realizando funciones sobre el terreno), la cumbre de la OMC en Génova o las víctimas de los atentados de Nueva York del once de septiembre de 2001. Posterior a esta compañía (y marcado por su influencia) es el nacimiento del denominado movimiento Fluxus, que comienza su andadura a mediados del siglo XX, dirigiéndose al teatro, la literatura, las artes plásticas, el cine (con los denominados *Fluxfilms*) y, muy especialmente, a la música. Dicho movimiento no predicaba una poética común y establecida, sino que se basaba en el estado de ánimo de los artistas y en las vivencias cotidianas, las cuales trataban de recrear de un modo liberador y alternativo como un medio de alcanzar una renovación global del arte.

Junto a ello la fundación en 1963 del grupo estadounidense Fluxus, impulsado por George Maciunas, supuso un claro viraje hacia una concepción política de esta práctica artística. De este modo, se producía la incorporación de una estructura previa bien definida (de la cual carecía el *happening* hasta el momento) que en cierta forma orientaba el *fluir* de la acción y se asumía el rechazo a la obra de arte como mercancía y a la separación entre espectadores y artistas profesionales, definiendo sus intervenciones como "antiarte". Colaboradores en la fundación de *Action against Cultural Imperialism* y pretendidos azotadores de la "cultura seria" de EE.UU. (por considerarla racista y clasista), esta formación se interesó principalmente por manifestaciones artísticas populares como el *jazz*, el circo o los espectáculos de feria. Igualmente, llegó a elucubrar, parcial y brevísimamente, con cortocircuitar la esfera artística oficial por medio de sabotajes, piquetes y manifestaciones no poco extravagantes (lanzamiento de bombas fétidas, llamadas a los bomberos en días de inauguraciones de exposiciones, anuncios falsos, etc.)[598]. Entre los principales representantes de esta corriente destacan los alemanes Wolf Vostell (creador, a mediados de los cincuenta, de la técnica del *décollage* e impulsor de la distorsión y mezcla de imágenes de televisión – el *décollage* televisivo- desde 1959) y Joseph Beuys, John Cage (el influyente músico conocido por su "música no intencional" -"chance

598 S. Home, *El asalto a la cultura. Corrientes utópicas desde el Letrismo a Class War*, Virus, Barcelona, 2004, pp. 118-120.

music-", la heterodoxa forma que tenía de tocar los instrumentos y su exploración en la música electrónica), Yoko Ono, Allan Kaprow y el citado Maciunas, quien ya en los setenta publicó un manifiesto en el que seguía sosteniendo las aspiraciones revolucionarias y los ataques al mundo artístico que caracterizaron a parte de Fluxus en la década pasada:

> Purgad el mundo [...] de la cultura `intelectual´, profesional y comercializada. [...] Promoved una marea y una inundación en el arte, promoved el arte vivo, el anti-arte, promoved la realidad del no-arte que pueda ser captado por toda la gente, no sólo críticos, diletantes y profesionales. Fundid los cuadros de los revolucionarios culturales, sociales y políticos en un frente único de acción.[599]

599 Citado en *ibid.*, p. 128.

4.1.3. *Détournement*

El verbo francés "*détourner*" posee varias traducciones posibles al castellano, desde "corromper" o "malversar", hasta, aplicado ya a las acciones de la Internacional Situacionista (IS), "tergiversar", como lo traducen Blisset y Brünzels[600], o "transfigurar", tal y como prefiere Demetrio Brisset[601]. Opto aquí por la más simple de "cambiar la dirección, apartar del camino, desviar", entendiendo, pues, este "*détournement*" situacionista como una "desviación" que, en este caso, busca cambiar determinados cursos artísticos y comunicativos predominantes. De cualquier forma fueron los propios miembros de dicho grupo, pioneros de esta práctica, quienes en 1958 propusieron ya su precisa definición de este "*détournement*" en el primer número de su célebre revista "*Internationale Situationniste*". En dicha definición se puede remarcar ya la alusión explícita al "uso" como acto diferente de la producción primaria que se superpondría a los "elementos prefabricados" que provienen de aquella (idea básica que recuperará y enriquecerá a su vez Michel de Certeau casi dos décadas después):

> Desviación: Se emplea como abreviación de la fórmula: desviación de elementos estéticos prefabricados. Integración de producciones artísticas actuales o pasadas en una construcción superior del medio. En este sentido no puede haber pintura ni música situacionistas, *sino un uso situacionista de estos medios*. En un sentido más primitivo, la desviación en el interior de las antiguas esferas culturales es un método de propaganda que testimonia el deterioro y la pérdida de importancia de estas esferas.[602]

No obstante, hay que destacar que un año antes de constituirse

600 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, pp. 87-91.

601 D. Brisset, "Política con recetas", en *Cambio 16*, nº 168, 3 de febrero de 1975, pp. 52-53.

602 Internationale Situationniste, "Définitions", en *Internationale Situationniste*, nº1, París, 1 de junio de 1958.
Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is1.htm (última consulta: 8 de octubre de 2006) (La traducción y la cursiva son mías).

la IS, uno de sus más destacados componentes, Guy Debord, había escrito junto a su colega letrista Gil J. Wolman un artículo titulado "*Mode d´emploi du détournement*" ("Modo de empleo de la desviación"), en el cual adelantaban ya buena parte de las claves sobre las que dicha práctica florecería al calor de la aparición de la IS. Comenzando por dar por superado de una vez por todas el "escándalo" ligado habitualmente a la crítica a la "concepción burguesa del genio y del arte" (afirmando, acaso con el adelanto a su tiempo que caracterizó buena parte de sus planteamientos, que ya por entonces "los bigotes de la Gioconda no resultan más interesantes que la versión original de esta pintura"[603]), ambos autores propugnan una nueva fase de experimentación artística revolucionaria. Dicha experimentación pasaría por dejar atrás los caducos conceptos de autoría y propiedad artísticas, la noción fetichista y mercantil de la obra de arte como algo único y acabado y el "respeto desajustado por la cultura" que la encierra en los límites circunscritos por "la clase dominante" y por propugnar la creatividad colectiva y por la acción cultural que "debe ser hecha por todos" y para la cual "todo puede servir":

> Todos los elementos, no importa de dónde se hayan tomado, pueden servir para hacer nuevas combinaciones. Los descubrimientos de la poesía moderna concernientes a la estructura analógica de las imágenes muestran que siempre se establece una relación entre dos elementos que se juntan, a pesar de lo alejados que ambos estén de sus contextos originales. [...] La interferencia entre dos mundos sensibles, la conjunción de dos expresiones independientes, *transcienden los elementos originales para ofrecer una organización sintética de mayor eficacia*. Todo puede servir.[604]

En este punto Debord y Wolman aludían a la poética del conde

603 G. Debord y G. J. Wolman, " Mode d´emploi du détournement", en *Les Lèvres Nues*, nº 8, Bruselas, mayo de 1956, pp. 2-9. Consultado en: http://sami.is.free.fr/Oeuvres/debord_wolman_mode_emploi_detournement.html (última consulta: 8 de octubre de 2006) (La traducción es mía)..

604 *Idem*. (La traducción y la cursiva son mías).

de Lautréamont, con su reivindicación del aprovechamiento de las más dispares referencias artísticas más allá de la veneración al genio individual y a la obra original, la cual sintetizaría en su expresión "El plagio es necesario: El progreso lo implica"[605], que, según los dos autores, era aún en buena medida incomprendida por su formulación extremadamente prematura. Al hilo de este precedente único, ambos reconocían que en la época en que escribían el texto las tendencias más reseñables que se valían de la citada desviación eran mayoritariamente "inconscientes o incidentales", habiendo de buscarse sus mejores exponentes conscientes no en la esfera artística, sino en la propia *industria publicitaria*.

Me permito una breve digresión a este respecto, pues esta última aseveración resulta, a mi juicio, una inmejorable muestra de lo comentado acerca del carácter casi *visionario* de no pocos planteamientos de la IS. No en vano, será precisamente a partir de los años sesenta cuando las agencias publicitarias concentren buena parte de sus esfuerzos en *importar*, eminentemente de la psicología (y ello desde que en 1950 Guilford abriera la denominada etapa científica del estudio psicológico de la creatividad con su conferencia "Creativity", pronunciada ante la *American Psychological Association*), métodos productivos que apelan a algo parecido a esta desviación. Una buena muestra de ello es el provecho que los "departamentos creativos" de dichas agencias han extraído de la labor investigadora de William J. J. Gordon a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, mediante la cual desarrolló una técnica, la *Sinéctica* (término de origen griego que significa la "unión de elementos diferentes y aparentemente irrelevantes"), a la que definió como "una teoría operativa para el uso consciente de los mecanismos psicológicos preconscientes que se hallan presentes en la actividad creativa del hombre"[606]. El empleo que los publicitarios harán posteriormente de dicha Sinéctica se basará, así, en la aplicación de los principios básicos y de las etapas que Gordon identifica

605 I. Ducasse (Lautréamont), *Poésies I et II. Correspondance*, Flammarion, París, 1990, p. 351. (La traducción es mía).

606 W. J. J. Gordon, *Synectics. The Development of Creative Capacity*, Harper & Row, Nueva York, 1961, p. 3. (La traducción es mía).

a la resolución de lo que denominan "problema publicitario". Algo similar será planteado varias décadas después por Jean Marie Dru, publicitario de la agencia Solución-BBDP, quien propone una estrategia creativa publicitaria denominada *Disrupción*, que define (en los términos iconoclastas tan del gusto de dichos "creativos publicitarios") como un cuestionamiento radical de todos los convencionalismos, esos "postulados que no se cuestionan [...] *esas ideas prefabricadas que mantienen el status quo*"[607], para hallar una solución innovadora e inesperada a aquel mismo "problema publicitario". Como vemos, Debord y Wolman no sobreestimaron ni un ápice el poder de la industria publicitaria para "poner a trabajar" (como apuntaban Rodríguez y Sánchez en la introducción citada de "Capitalismo cognitivo") la creatividad e innovación contenida en estas rupturas artísticas.

Afirmado lo anterior, los autores del artículo se dedicaban a continuación a precisar su definición del *détournement*, distinguiendo en primer lugar dos categorías principales de desviación en función de los "elementos prefabricados" sobre los que se ejerza. La primera de dichas categorías la constituiría la "*desviación menor*", la cual se realiza sobre un elemento irrelevante (un recorte de periódico, una frase neutra) que, por tanto, adquiría todo su sentido del nuevo contexto en el que se lo inserta. Junto a ella existiría una "*desviación abusiva*" (o "desviación de proposición premonitoria"), aquella que, por el contrario, se vale de un elemento dotado por sí mismo de sentido para cambiar el curso de su carga significativa de modo que adquiera un alcance diferente del que poseía originalmente. Finalmente, Debord y Wolman puntualizan que "Las obras desviadas de cierta envergadura se hallarán casi siempre constituidas por una o varias series de desvíos abusivos o menores"[608].

Una vez expuesta esta categorización, los autores establecían a continuación cuatro *leyes* generales que, a su juicio, definían ya el empleo de dicho *détournement*, entre las cuales, aclaraban, la primera "es esencial y se aplica universalmente" y las otras tres se circunscriben casi

607 J. M. Dru, *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*, Eresma y Celeste, Madrid, 1997, p. 60. (La cursiva es mía).
608 G. Debord y G. J. Wolman, *op. cit.*

enteramente al ámbito de las desviaciones "abusivas". La primera de ellas, así, dispone que "el elemento desviado más alejado es el que contribuye en mayor grado a la impresión de conjunto"[609], aludiendo al ejemplo de una pieza relativa a la guerra civil española en la que se había incorporado un fragmento de un anuncio de barra de labios que quedaba sorprendentemente dotado de un sentido revolucionario: "Los labios bellos son rojos". La segunda recalca que la principal potencia del *détournement* radica en que sea fácil de reconocer, ya sea de forma "consciente o confusa", de lo que se deduce que cuanto más simple sean las deformaciones practicadas en los elementos, tanto más efectiva resultará esa desviación. En cuanto a la tercera, establece que la desviación será tanto menos efectiva cuanto más se aproxime a una "réplica racional": "Cuanto más patente queda el carácter racional de la réplica, más se confunde esta con el espíritu banal de contestación (*le banal esprit de répartie*), por el cual se trata igualmente de servirse de las palabras del adversario contra él mismo"[610]. Queda así claramente expresada una de las claves que caracterizan a la desviación tal y como la concibe y practica la IS, que no es otra que la pérdida de importancia de los elementos desviados en sí mismos (que puede llevar incluso a la plena disolución de su sentido original) y la consiguiente preeminencia del sentido que surge de la nueva organización en la cual dicho elemento se incorpora:

> `La desviación es un juego que depende de su capacidad de *devaluación´*, escribe Jorn en su estudio `*Peinture détournée´* (mayo de 1959), y añade que todos los elementos del pasado cultural deben ser `reinvertidos´ o desaparecer. [...] Existe una fuerza específica en la desviación que evidentemente resulta del enriquecimiento de la mayor parte de los términos por la *coexistencia* en ellos de sus sentidos antiguo e inmediato -esto es, *su doble fondo*. Existe igualmente una utilidad práctica derivada de la facilidad de empleo, así como de las *virtualidades inagotables de reutilización*[611].

609 *Idem*.
610 *Idem*.
611 Internationale Situationniste, "Le détournement comme négation et comme

Por último, la cuarta de las leyes insiste en los factores que pueden marcar la pérdida de efectividad de esta desviación, advirtiendo de que la "simple inversión (*rétournement*)" será siempre el procedimiento más directo, pero al mismo tiempo menos eficaz, de *détournement*. A partir de esta definición de las leyes que rigen el uso de la desviación, Debord y Wolman repasaban su aplicación a diferentes campos artísticos, no sin antes calibrar de esta forma las consecuencias que traería consigo la difusión de esta práctica en el campo cultural:

> La desviación no sólo conduce al descubrimiento de nuevos aspectos del talento, sino que más aún, al chocar frontalmente con todas las convenciones mundanas y jurídicas, no puede dejar de aparecer como un intrumento cultural poderoso al servicio de una lucha de clases bien comprendida. Lo barato de sus productos constituye la artillería pesada que atraviesa todas las murallas chinas de la inteligencia. He aquí un verdadero medio de educación artística proletaria, el primer esbozo de un comunismo literario.[612]

Afirmado esto, los autores recorrían distintos empleos de la desviación en terrenos tan dispares como la literatura (la prosa desviada, donde destacan la escritura metagráfica y la perversión del género novelesco); el cine, que consideran dotado del potencial para producir las desviaciones más eficaces y bellas de todas (jugando con la banda sonora, la combinación de imágenes y la alteración de los propios títulos y subtítulos); la vestimenta, mediante el empleo lúdico y cotidiano de diversos "disfraces"; o la propia arquitectura, basados en sus primeras ideas psicogeográficas y de lo que denominaron "urbanismo unitario": "la construcción de un medio ambiente dinámico en relación con los estilos del comportamiento utilizará de forma verosímil la desviación de formas arquitectónicas conocidas, y sacará partido en todo caso, plástica

prélude", en *Internationale Situationniste*, nº 3, París, diciembre de 1959. Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is3.htm (última consulta: 8 de octubre de 2006) (La cursiva y la traducción son mías).

612 G. Debord y G. J. Wolman, *op. cit.*

y emocionalmente, de todo tipo de objetos desviados". En definitiva, Debord y Wolman auspiciaban allá por 1956 un empleo de la desviación que traspasara las fronteras artísticas clásicas para abarcar y enriquecer todas las esferas de la existencia cotidiana en lo que definían como "*l´ultra-détournement*": "Se trata, en última instancia, de la idea de que cualquier signo, cualquier vocablo, es susceptible de ser convertido en otra cosa, incluso en su contrario"[613].

Si bien esta noción será asumida, desarrollada o traducida por numerosos movimientos artísticos y políticos, así como enriquecida por la práctica de la propia IS a partir de su fundación en 1957 (en el punto 4.2.3 se aportarán ilustraciones al respecto), acaso uno de los teóricos que de forma más inmediata lo adopta, aplicándolo al espacio urbano, sea el mencionado Henri Lefebvre, cuya influencia intelectual sobre Debord había sido muy importante a finales de los cincuenta (muy especialmente su concepción de la vida cotidiana y sus críticas al marxismo clásico). De este modo, en 1974 el prolífico sociólogo francés publica "*La production de l´espace*", en el que plantea su concepción del espacio como lugar de reproducción del poder y de conflictos sociales, interesándose por las "prácticas espaciales" y aplicando a ellas el concepto de *détournement*. En este sentido, Lefebvre apela claramente a la original reflexión psicogeográfica de la IS y a su citada concepción del "urbanismo unitario" (que, según él, había quedado relegada a un segundo plano a partir de 1962, para privilegiar el desarrollo de las teorías críticas situacionistas) cuando insiste en definir la desviación como acciones que recuperan "espacios existentes" (edificios, campos, calles, barrios) para librarlos a usos innovadores y divergentes de su función primaria, incluyendo dentro de dichas prácticas espaciales las artísticas propuestas por la IS, en un intento por criticar y a la vez extender el proyecto situacionista de desviación:

> Un espacio existente puede sobrevivir a su propósito original y a la *raison d'être* que determina sus formas, funciones y estructuras; puede entonces, en cierto sentido, devenir vacío y susceptible de ser desviado, reapropiado y

613 *Idem*.

> destinado a un uso muy diferente del original. Un caso reciente y bien conocido fue el de la reapropiación de los Halles Centrales, los antiguos grandes almacenes de París, entre 1969 y 1971. Por un breve periodo, el centro urbano, diseñado para facilitar la distribución de comida, fue transformado en un lugar de reunión y el escenario de un festival permanente -en suma, en un centro de juego y no de trabajo.[614]

Otros autores que se han interesado por la obra de la IS y de Guy Debord han tratado igualmente de precisar el sentido del término *détournement*, tal y como ellos lo entendían. Así, Ken Knabb en su "*Situationist International Anthology*" de 1981 apuntaba que aquella desviación del "curso o propósito normales" habitualmente era considerada "ilícita" o "desestabilizante", por ir en contra del orden establecido o del modo convencional de hacer algo[615]. Por su parte, Andrew Hussey consideraba que, junto a la traducción literal como "desviación", este *détournement* implicaba al mismo tiempo la connotación de "secuestro" y "corrupción", esto es, "el robo de elementos preexistentes para realizar una nueva obra enteramente desconectada de la original"[616].

614 H. Lefebvre, *The production of space*, Blackwell, Oxford, 1991, p. 167. (La traducción es mía).

615 K. Knabb (ed.), *Situationist International Anthology*, Bureau of Public Secrets, Berkeley, 1981, p. 371. (La traducción es mía).

616 A. Hussey, *The Game of War: The Life and Death of Guy Debord*, Pimlico, Londres, 2002, p. 93. (La traducción es mía).

4.1.4. *Tactical media*

Lo primero que ha de subrayarse al definir esta noción de "medios tácticos" es la deuda explícita que sus impulsores reconocen claramente con respecto a la obra de Michel de Certeau y, más particularmente, a su propuesta de definición de las "tácticas". Dado que estas ideas del historiador francés van a ser desarrolladas más extensamente en el punto 4.3.2., me limito a apuntar aquí que el historiador francés echa mano de ella para dar cuenta de todos aquellos modos astutos y creativos de "valerse de" (otra traducción del mencionado "*faire avec*") que la gente ordinaria despliega en sus vidas cotidianas y que no se dejan atrapar en las cuadrículas de la gestión funcionalista del espacio. Y ello por cuanto su naturaleza es la del aprovechamiento de la *ocasión*, esto es, un modo temporal de agenciarse lugares que resulta irreductible a una representación lineal y cuyo resorte sintetiza de Certeau con una cita del maestro sofista Córax, para quien la táctica sería el arte de "convertir la posición más débil en la más fuerte"[617].

Partiendo de la investigación de Michel de Certeau comenzó, pues, a gestarse el difuso concepto de *tactical media* entre una nueva generación de creadores interesados por los usos alternativos de los *media* y las nuevas tecnologías comunicativas (sin olvidar las *viejas*) con propósitos políticos, artísticos y comunicativos. Concretamente se le atribuye mucha importancia a la colaboración surgida en Amsterdam entre artistas y activistas en torno a determinados proyectos multimedia y a una televisión participativa de ámbito local, de donde surgió la convocatoria en 1993 en la capital holandesa de la primera edición de una conferencia global sobre este tipo de propuestas mediáticas, la *Next 5 Minutes* (N5M), de la que se celebrarían sucesivas ediciones en años posteriores. En dicho primer encuentro de 1993, que se centró eminentemente en explorar las posibilidades y las propuestas de empleo del video y del medio televisivo, quedó claro que era insuficiente la denominación dada a la conferencia, "*Tactical Television*", ante la presencia de personas y grupos que desarrollaban proyectos basados en

617 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, pp. 401-402.

los mismos principios pero orientados hacia otros medios. Así fue cómo las dos siguientes ediciones de 1996 y 1999 de esta N5M se abrieron para abarcar todo este amplio espectro (si bien concentrándose sobre todo en los medios electrónicos, especialmente en Internet, televisión y radio) tomando ya por título el de "*Tactical Media*", que definieron de esta forma:

> El término "tactical media" se refiere a la teorización y uso críticos de las prácticas mediáticas que sacan partido de todas las formas de medios, sean estos viejos o nuevos, lúcidos o sofisticados, con el fin de alcanzar una variedad de objetivos específicos no comerciales e impulsar toda clase de cuestiones políticas potencialmente subversivas.[618]

A este respecto, Geert Lovink y David García, dos de los principales animadores de la N5M y de otros proyectos mediáticos en Amsterdam, reconocían en 1997 de qué modo tal concepto se esbozó como algo "abierto y provisional". Se trataba, pues, de que el término "*tactical media*" no se restringiera a los llamados "medios alternativos" y de que posibilitara simultáneamente superar el inmovilismo, rayano incluso en la autocomplacencia, de aquellas "rígidas dicotomías que durante tanto tiempo han restringido la reflexión en esta área, tales como: amateur vs. profesional, alternativo vs. popular e incluso privado vs. público"[619]. Ello entrañaría, según ellos, renunciar a la *pureza* y la seguridad de los distintos *guetos* de acción mediática y apostar por una implicación "performativa y pragmática" en un continuo proceso de crítica acerca de las premisas de los medios de los que se valen en cada oportunidad. En este mismo punto insistirá David García cuatro años después en el Festival *Transmediale* de Berlín, donde afirmará que la propia acuñación del término supone "una solución táctica, una

618 Definición recogida en la introducción de la siguiente obra: Critical Art Ensemble, *Digital resistance: explorations in tactical media*, Autonomedia, Nueva York, 2001, p. 5. Consultado en: http://www.critical-art.net/books/digital/tactIntro.pdf (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

619 G. Lovink y D. García, "The ABC of tactical media", primavera de 1997, http://www.waag.org/tmn/frabc.html (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

improvisación que ha demostrado ser una medida provisional sorprendentemente útil". Y ello por su capacidad de crear consenso en torno a ella y de permitir alianzas muy diversas y ricas, más allá de la autoafirmación satisfecha de identidades rígidas o de la condena *a priori* de cualquier participación en el ámbito mediático. Junto a ello, García insiste en que desde la perspectiva de los *tactical media* lo más relevante no es el medio que se emplee sino la capacidad de generar lenguajes de usuario que sean de utilidad y que "en vez de `autorizar´ y `exigir´, `comprometan´ y `se desplieguen´, tal y como hacen los creadores tácticos"[620].

En cualquier caso ambos practicantes tácticos rechazan cualquier *paternidad* directa de este concepto y se muestran plenamente conscientes de que, a partir de las transformaciones políticas desencadenadas en 1989, las cuestiones que emergen de él venían siendo formuladas y elaboradas desde diversos circuitos críticos "que se sienten heridos por o excluídos de la cultura más amplia"[621] y que, continuando la *tradición* del *Do it Yourself*, explotan en función de sus capacidades y objetivos las posibilidades abiertas por la "revolución electrónica":

> El término "*tactical media*" emergió a resultas de la caída del Muro de Berlín como un renacimiento del activismo mediático que mezclaba el trabajo político de vieja escuela con el *engagement* y con las nuevas tecnologías. A comienzos de los noventa [...] el crecimiento exponencial de las industrias mediáticas y la disponibilidad cada vez mayor de baratos equipos *do it yourself* creó un nuevo sentido de concienciación propia entre los activistas, programadores, teóricos, comisarios y artistas. Los *media* dejaron de ser vistos como meras herramientas para la Lucha, sino que se los experimentaba como entornos virtuales cuyos parámetros se hallaban permanentemente "en construcción".

620 G. Lovink y D. García, "The GHI of Tactical Media", (transcripción del debate celebrado en julio de 2001 en el Festival Transmediale de Berlín), http://www.uoc.edu/artnodes/eng/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

621 G. Lovink y D. García, "The ABC of Tactical Media", *op. cit.*

> [...] A un tiempo dentro y fuera de la foto, este tipo de "medios clandestinos" ("*shadow media*") forman la infraestructura tangencial y móvil de un contradiscurso opuesto a la transmisión convencional a escala nacional e internacional. [...] estos medios abren un espacio para una multiplicidad de lecturas y visiones situadas; potencialmente inspiran una divergencia de acciones individuales y colectivas.[622]

Finalmente Lovink y García subrayan las que consideran las dos características clave de los medios tácticos, la movilidad y la hibridación, las cuales recuerdan a las ideas acerca de las mutaciones culturales defendidas por García Canclini en su obra de 2001 "Culturas híbridas"[623]. Por lo que respecta a la *movilidad*, los autores de Amsterdam la conectan con un movimiento mucho más amplio de "cultura migratoria", recurriendo a esta noción para designar dos formas complementarias de desplazamiento que implican los *tactical media*: Por un lado, dicha movilidad alude a las múltiples y flexibles alianzas provisionales que estos grupos establecen con diversas instancias o canales mediáticos, "siendo capaces de desplazarse entre diferentes entidades a lo largo del amplio paisaje mediático, sin traicionar sus motivaciones originarias"[624]; y, por otro lado, se refiere igualmente a la marcada voluntad de *traspasar fronteras* y recurrir a elementos, disciplinas y formas de expresión diversas, así como "el deseo y la capacidad de combinar o saltar de un medio a otro creando un suministro constante de híbridos y mutaciones"[625]. De esta forma, se puede comprender ya la segunda de las características que mencionan Lovink y García, la *hibridación*, esto es, la combinación de procedimientos y dispositivos tradicionales con otros innovadores, la conexión de movimientos sociales apegados al terreno y a la calle con prácticas artísticas, y de estos a su vez con la manipulación de representaciones y

622 G. Lovink, "What is Tactical Media?", marzo de 2002, http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/definingTM_list.html#L (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).
623 Ver punto 3.2.1.2.
624 G. Lovink y D. García, "The ABC of Tactical Media", *op. cit.*
625 *Idem*.

el activismo en el plano virtual. No obstante, Lovink y García se cuidan mucho de puntualizar que dicha hibridación viene impuesta por los espacios en los que se insertan sus prácticas y por los medios con que cuentan para ellas, sin que se pueda llegar a afirmar que constituye una opción voluntaria preferible a otras:

> lo híbrido no constituye ni nuestra ideología ni nuestro objetivo, sino que es más bien nuestro realismo sucio. A menudo esta hibridación es vista como buena *per se*, generadora de infinitas posibilidades para variar de canales, mezclar las señales, intenciones y disciplinas, operando de forma natural en concordancia con el desplazamiento económico y tecnológico hacia la sinergia. Seamos claros, en nuestro caso *la hibridación es una cuestión de mera supervivencia*, no una elección propia.[626]

Otro de los esfuerzos teóricos más destacables que se ha realizado en los últimos años por avanzar en la definición de este nómada concepto de *tactical media* proviene del grupo artístico *Critical Art Ensemble* (CAE). Formado en 1987, este colectivo viene experimentando con dichos medios tácticos (en campos como la fotografía, el cine, las *performances*, el diseño *web*, etc.) y posee una notable producción teórica en el marco de su exploración de las intersecciones entre arte, teoría crítica, NTIC y activismo político y mediático. Concretamente en 2001 publicaron una obra titulada "*Digital Resistance: Explorations in Tactical Media*", en cuya introducción daban cuenta de la existencia desde hace décadas de una serie de prácticas de experimentación artística que en ningún momento rehuyen implicarse en el problemático vínculo existente entre la representación y la política.

Situando sus orígenes en las vanguardias artísticas modernas, el CAE atribuye irónicamente el silencio que ha rodeado a estas prácticas durante tantos años a la "muerte" declarada de dichas vanguardias (y, por tanto, de la *progenie* que le sería atribuible), amén, por supuesto, del

626 G. Lovink y D. García, "The DEF of tactical media", 1999, http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9902/msg00104.html (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

hecho de que los métodos y narrativas de dichos movimientos artísticos han experimentado tal cantidad (y variedad) de mutaciones y reconstrucciones en estas últimas décadas que incluso llega a ser difícil reconocer su huella hoy. Otra de las razones que, según los miembros del CAE, explicaría el que estas prácticas hayan permanecido innombradas durante tanto tiempo sería la extremadamente difícil catalogación de sus protagonistas y, más allá, cierta innegable resistencia a pasar por tal aro:

> Ellos no son artistas en ninguno de los sentidos tradicionales del término y no quieren quedar atrapados en la telaraña de señalizaciones metafísicas, históricas y románticas que acompañan a esa designación. Ni tampoco son activistas políticos en ninguno de los sentidos tradicionales del término, pues se niegan a adoptar *exclusivamente* la posición reactiva del antilogos [...] tales designaciones de roles resultan demasiado restrictivas por cuanto los límites de esos roles los excluyen del acceso a sistemas sociales y de conocimiento necesarios para su trabajo. [...] Los que estamos implicados en *tactical media* sentimos alivio al poder ser cualquier clase de híbrido cultural. Artista, científico, técnico, artesano, teórico o activista, todos estos roles podían mezclarse en combinaciones con diferentes pesos específicos e intensidades.[627]

Aclarados (o quizá sea más exacto decir confundidos) los atributos que caracterizan a los sujetos y grupos que trabajan en el ámbito de los medios tácticos, el CAE define a continuación cuáles son los rasgos más descollantes de estas prácticas, destacando la insoslayable relevancia del contexto cultural en el que ellas se inserten. En efecto, estos autores reconocen la escasa validez y operatividad de aquella caracterización de los *tactical media* que sacrifique la necesidad de flexibilidad y ajuste en pos de un modelo monolítico, optando por una definición que asuma el proceso de constante reconfiguración (incluyendo las posibles contradicciones) a que están sometidas estas

627 Critical Art Ensemble, *Digital resistance*, Autonomedia, Nueva York, 2001, pp. 4, 6. Consultado en: http://www.critical-art.net/books/digital/tactIntro.pdf (última consulta: 11 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

prácticas para adaptarse a las cambiantes demandas sociales.

A partir de aquí el CAE plantea en primer lugar que los medios tácticos implican una forma de intervención que opera con lo dado o lo no dicho y que es definida como "resistencia digital", no porque esté restringida a la tecnología digital, sino porque implica procesos de copia, recombinación y representación: "[los *tactical media*] desafían el régimen semiótico existente al replicarlo y reutilizarlo de un modo que ofrece a los participantes en el proyecto una nueva manera de ver, comprender y (en el mejor de los casos) interactuar con un sistema dado"[628]. La segunda característica, inspirada claramente en el "*tout peut servir*" situacionista, establece que esta práctica se servirá siempre de los medios que estén a su disposición para promover eventos participativos en cualesquiera ámbitos que resulten más apropiados, sin caer en la especialización de circunscribirse a aquellos que sean mejor conocidos o preferidos. La exigencia que ello trae aparejada lleva directamente al siguiente rasgo de los medios tácticos, los cuales se basarán, así, en la puesta en común de los distintos recursos y competencias en un trabajo eminentemente *colaborativo*:

> los implicados en *tactical media* apoyan y valoran la práctica *amateur* —la propia y la ajena. Pues los *amateurs* son capaces de atravesar los paradigmas dominantes, son más libres de recombinar elementos de paradigmas dados por muertos mucho tiempo atrás y pueden apelar a la experiencia cotidiana en sus deliberaciones. Más importante aún, los *amateurs* no están sujetos a sistemas institucionalizados de producción de conocimiento y definición de políticas y, por tanto, carecen de fuerzas irresistibles que guíen el resultado de sus procesos.[629]

Junto a ello, el CAE caracteriza a los medios tácticos como "efímeros" y "siempre *ad hoc*", constatando la escasez de rastros materiales que dejan a su paso y la consiguiente preeminencia en estas prácticas de las huellas inmateriales que quedan grabadas en la memoria

628 *Ibid.*, pp. 7-8.
629 *Ibid.*, pp. 8-9.

viviente de los implicados. Ello no les impide reflexionar acerca de la "representación secundaria" que, valiéndose de los pocos elementos materiales extraídos parcialmente de dicho proceso (fotos, videos, material gráfico, etc.), pretende apropiarse de la "experiencia vivida inmediatamente"[630]. No obstante, admiten que la cuestión que tiene que ver con los rastros y residuos siempre va a resultar menos problemática que la que atañe a los "productos estratégicos", destinados a dominar y fraccionar el espacio donde se ubican, reconociendo que aquellos rastros seguirán siendo portadores de "la posibilidad de una *acción* radical"[631]. Una vez definidas estas características básicas y necesariamente abiertas de los *tactical media*, el CAE dedicará los siguientes capítulos del libro a recoger ejemplos que, lejos de suponer modelos o verificaciones de postulados preestablecidos (como sucede en esta tesis), ilustren la multiplicidad de posibilidades de estas prácticas y testimonien su necesario ajuste a su concreto contexto cultural:

> Confiamos en que [dichos ejemplos] indiquen que nunca existe un *bunker* cultural que sea plenamente seguro. Podemos invadirlos todos, inventado intervenciones moleculares y dando rienda suelta a *shocks* semióticos que podrían negar colectivamente la creciente intensidad de la cultura autoritaria.[632]

Antes de cerrar este punto, propongo, tal y como he realizado con los otros tres conceptos definidos previamente, reseñar una de sus manifestaciones que considero más interesantes y audaces y cuya efectividad resulta a menudo muy destacable. Se trata de la técnica, que remite en buena medida al mencionado principio de sobreidentificación y a su práctica *sobreafirmativa*, del "*tactical embarrassment*" o avergonzamiento táctico, tal y como lo traduce Jordi Claramonte, miembro del colectivo mencionado Fiambrera Obrera (FO). Según él, el avergonzamiento táctico consiste en un planteamiento político y artístico que se sirve de elementos prominentes del discurso y de la imagen de

630 *Ibid.*, p. 9.
631 *Ibid.*, p. 10.
632 *Idem*.

una institución de poder para acentuarlos hasta el extremo que sus rasgos más ocultos queden completamente al desnudo. A tal punto pueden estas intervenciones llegar a dejar en evidencia social y mediáticamente a grandes empresas o políticos que, según afirmaba Claramonte en el encuentro de "netartistas" organizado por el *California Institute of the Arts* y Laboratorios Cinemátik en Tijuana en 2000[633], no pocos entre ellos deciden pasarlas por alto, precisamente por miedo a que una persecución de los autores redunde en más publicidad, con el consiguiente deterioro público aún mayor para su imagen corporativa o electoral. En este sentido Stanley Aronowitz, sociólogo que imparte clases en la *City University of New York* (CUNY), subrayaba ya en 1996 en su obra "*The Death and Rebirth of American Radicalism*" que:

> la batalla ha de librarse en la nueva esfera pública: las imágenes que emanan del noticiario televisivo de las once mostrando a manifestantes intransigentes que llevan a cabo acciones políticas directas (*in-your-face politics*), acciones callejeras que avergüenzan a los representantes públicos, dejándolos en evidencia, y otras formas de disrupción. La publicidad es la estrategia crucial del movimiento, *el avergonzamiento su principal táctica*.[634]

Pues bien, si un grupo ha demostrado de forma paradigmática su virtuosismo en la puesta en práctica de este avergonzamiento táctico ese ha sido, sin duda, el colectivo ®™ark, sobre cuyas actividades profundizaremos en el apartado consagrado a *The Yes Men*, que no en vano son sus fundadores y principales animadores. Más allá de ellas, no obstante, este grupo ha tratado igualmente de reflexionar acerca de las claves de sus acciones, fruto de lo cual diseñó y colgó en su página *web* una curiosa pieza teórica en forma de un poster titulado "*Tactical embarrassment: How it works*" ("Avergonzamiento táctico. Cómo

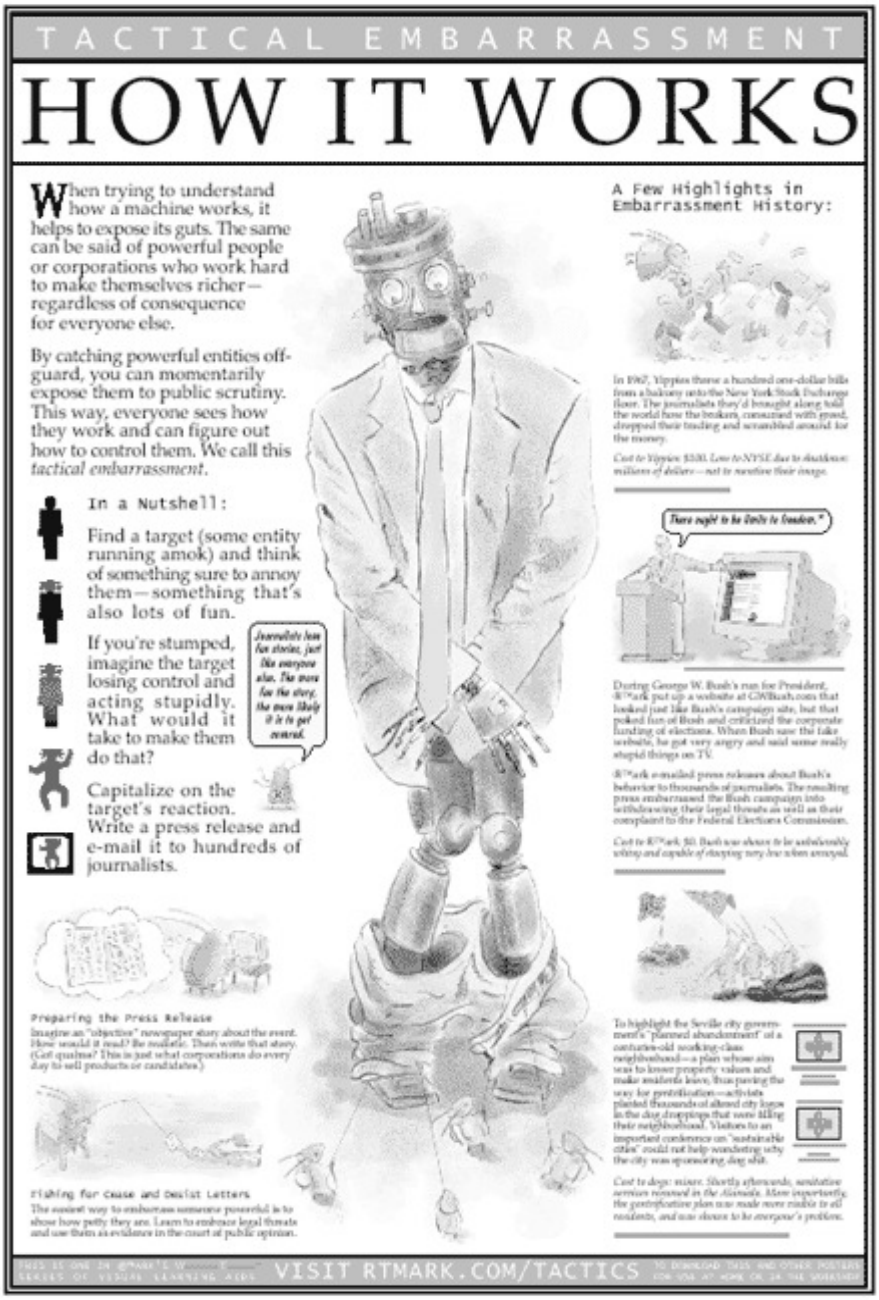
633 K. Paredes, "Realizan sabotajes", en *Revista Frontera*, Tijuana, 14 de marzo de 2000.
Consultado en: http://www.rtmark.com/legacy/more/articles/frontera20000314.html (última consulta: 12 de octubre de 2006).

634 S. Aronowitz, *The Death and Rebirth of American Radicalism*, Routledge, Londres, 1996, p. 131. (La traducción y la cursiva son mías).

funciona") en el que se explica sintética y claramente en qué consiste esta técnica y se detallan los pasos básicos para replicarla. En primer lugar, el planteamiento fundamental sobre el que se sustenta el *tactical embarrassment* queda declarado de esta forma:

> Exponer las entrañas de una máquina resulta de gran ayuda cuando se quiere entender cómo funciona. Esto mismo se puede aplicar a las personas y corporaciones poderosas que se afanan en enriquecerse cada vez más sin tener en cuenta las consecuencias para todos los demás. Pillando desprevenidas a estas poderosas entidades, podrás exponerlas momentáneamente al escrutinio público. Así todos verán cómo funcionan y podrán comprender cómo controlarlas. Esto es lo que nosotros llamamos *tactical embarrassment*.[635]

635 Ver: http://www.rtmark.com/legacy/tactics.html


TACTICAL EMBARRASSMENT
HOW IT WORKS
When trying to understand how a machine works, it helps to expose its guts. The same can be said of powerful people or corporations who work hard to make themselves richer—regardless of consequence for everyone else.
By catching powerful entities off-guard, you can momentarily expose them to public scrutiny. This way, everyone sees how they work and can figure out how to control them. We call this tactical embarrassment.
In a Nutshell:
Find a target (some entity running amok) and think of something sure to annoy them—something that's also lots of fun.
If you're stumped, imagine the target losing control and acting stupidly. What would it take to make them do that?
Capitalize on the target's reaction. Write a press release and e-mail it to hundreds of journalists.
Journalists love fun stories, just like everyone else. The more fun the story, the more likely it is to get covered.
Preparing the Press Release
Fighting for Cause and Deslist Letters
A Few Highlights in Embarrassment History:
"There ought to be limits to freedom."
VISIT RTMARK.COM/TACTICS

Como puede comprobarse, junto a dicha definición, este ilustrativo póster recoge, pese a su reducida superficie, otro apunte muy sugerente para explorar la índole de este avergonzamiento táctico, en concreto la mencionada *guía metodológica*, donde se explica sucintamente su funcionamiento como compuesto por dos fases esenciales: La primera de ellas sería la elección de la *víctima* (según ellos, "alguna entidad salida de madre"), fase que incluiría asimismo la identificación del foco de la protesta, que se recomienda que sea algo susceptible de irritar a la entidad en cuestión y de presentarse simultáneamente de forma divertida. A continuación, se trata de "capitalizar la reacción de la víctima", redactando comunicados de prensa y correos electrónicos y aprovechando todos los contactos mediáticos de que se disponga para difundir los posibles ataques de la víctima hacia el *avergonzador*, aclarando en este sentido que "cuanto más divertida sea la historia, más probable es que sea publicada". Finalmente, esta guía visual refleja una experiencia que ®™ark ha comprobado por experiencia: El mejor *regalo* que alguien poderoso puede conceder al que se lanza al *tactical embarrassment* es, sin duda, una demanda judicial (o aquello que en EE.UU. se conoce como *cease and desist letter,* carta en la que un abogado amenaza con emprender acciones legales contra el destinatario si este no interrumpe una determinada conducta problemática), ya que así permite al avergonzador "usarlas como prueba ante el tribunal de la opinión pública".

Detalle del poster:
"*Fishing for* C*ease and Desist Letters*" ("Pescando demandas")

Será precisamente uno de los grupos nacidos en el seno de ®™ark, *The Yes Men*, el que va a llevar más lejos este principio de avergonzamiento táctico, el cual practican desde hace varios años con un tremendo impacto hasta llegar a crear una variante que denominan "corrección de identidad" y que definen así:

> *The Yes Men* ayudan a organizaciones enojosas a llevar su lógica institucional hasta las últimas consecuencias, exponiendo la realidad del capitalismo corporativo en toda su pureza, de regímenes políticos corruptos y de otras ideas realmente malas. Esto lo denominamos "corrección de identidad", que es como el "robo de identidad" salvo que todo el mundo sale ganando.[636]

De esta forma se percibe cómo, al tratar de exponer cuáles son las premisas en que se basan para tal "corrección", los miembros de este colectivo parten de la constatación de que con la expansión de Internet aumenta el peligro de que sujetos desaprensivos obtengan sin permiso datos confidenciales de otros y se escuden en ellos para llevar a cabo acciones criminales, elaborando a renglón seguido una relectura de esta

636 The Yes Men, "Update from the Field", 2004, http://www.movienet.com/yesmen.html (última consulta: 12 de octubre de 2006) (La traducción es mía) (La traducción y la cursiva son mías).

práctica desde una perspectiva de "honestidad". Llegados a este punto, cabe preguntarse ¿podría considerarse honesto hacerse pasar por otra persona sin su permiso? Eso es precisamente lo que defienden *The Yes Men* con esta particular variante del avergonzamiento táctico denominada. Su argumento es que cuando la situación se da a la inversa, esto es, cuando alguien perpetra actos criminales escudándose en una construcción de la *propia* identidad cimentada sobre falsedades y ocultación de determinados aspectos "tenebrosos" de su naturaleza, entonces aquella usurpación que desvele esas mentiras y presente un retrato más fiel del ente en cuestión estará contribuyendo en realidad a devolverle su honestidad, a *reajustar* el equilibrio perdido entre apariencia y conducta. He aquí el motivo de que tal suplantación sea entendida como *corrección*, y nunca como robo, tal y como expresa Bonnano: "Apuntamos a gente que vemos como criminales y les robamos su identidad [...] para tratar de presentar una cara más honesta"[637].

En este sentido, la propuesta de *The Yes Men* consistiría en concebir una denuncia y *escarnio* públicos de esos "criminales" desde un planteamiento que enlaza muy bien, como ya se adelantó, con el recurso a la *sobreafirmación* (no en vano, la traducción de su nombre es "Los Hombres Sí") del principio de sobreidentificación definido por Blisset y Brünzels. Junto a ello, si Lovink, García y el CAE destacaban como rasgos capitales de los *tactical media* la hibridación y la movilidad, dichas características serán llevadas hasta cotas muy elevadas por este grupo. Así, por un lado *The Yes Men* asumen hasta tal punto la hibridación que llegan a suplantar verosímilmente a aquellos poderosos a los que pretenden criticar, y ello en su propio terreno y valiéndose de una cuidadosa imitación de los discursos, formas y entonación que aquellos esgrimen normalmente: "¿Sabes cómo los espejos deformantes exageran tus rasgos más horrorosos? Nosotros hacemos esta misma operación, pero con las ideas. Nos parece bien que mientras hablamos la gente pueda ver distorsionadas sus ideas en nuestro juego de espejos"[638]. Del mismo modo, en lo tocante a *dar el salto* de un medio a otro en función

637 *Idem*.
638 Declaración extraída de la película "*The Yes Men*", ver nota 47.

de las exigencias radicalmente distintas marcadas por la situación, adelanto en este punto que quizá el *tour de force* más importante de estos impostores en su avergonzamiento táctico contra la OMC sea precisamente el osar suplantar a sus víctimas *en carne y hueso*, llevando así el principio de la corrección más allá de la virtualidad de Internet hasta la propia *incorporación* de la identidad que se desea criticar.

Por último, concluyo el presente esbozo de la naturaleza de la corrección de identidad propugnada por estos impostores con una breve referencia al artículo "*Hieroglyphs of the future: Jacques Rancière and the Aesthetics of Equality*"[639], donde el crítico de arte Brian Holmes cita estas propuestas, interesándose especialmente por la lectura que de ellas puede realizarse a partir de la obra del filósofo argelino-francés Jacques Rancière. Desde esta perspectiva el empleo sutil de la imitación de que harían gala los Hombres Sí propiciaría, según Holmes, un "cortocircuito" en la pretendida distinción entre la excepcionalidad de la práctica artística y la igualdad y monotonía del trabajo inmaterial cotidiano, citando en este punto a Rancière cuando afirma: "El imitador añade al principio privado del trabajo un nivel público. Hace concurrir en un escenario común todo aquello que debería determinar el confinamento de cada cual en su lugar"[640]. Y este "escenario común" constituye para Brian Holmes un espacio clave en la medida que, lejos de suponer un repliegue homogeneizador de las diferencias, es entendido a la vez como núcleo y como territorio del "disenso", por el que el imitador se permite poner en cuestión el orden imperante (en tanto que asignación de roles e identidades, codificación del lenguaje, división espacial...) o, tal y como lo resumirá el propio Jacques Rancière, por el que le es posible trastornar "la distribución establecida de lo sensible"[641].

Resta sólo, pues, antes de cerrar este apartado dedicado a la

639 B. Holmes, "Hieroglyphs of the future: Jacques Rancière and the Aesthetics of Equality", en *Cabinet Magazine*, nº 4, Nueva York, otoño de 2001. Consultado en: http://www.cabinetmagazine.org/issues/4/Hieroglyphs.php (última consulta: 12 de octubre de 2006)

640 J. Rancière, *Le partage du sensible: esthétique et politique*, La Fabrique Éditions, París, 2000, p. 68, citado en *idem*. (La traducción es mía).

641 *Idem*.

delimitación conceptual en torno al término que propongo en esta tesis doctoral, el de *distorsión comunicativa*, precisar cuáles son las razones que me llevan a optar por él y qué sentido le doy. Así, partiendo de la definición del ámbito comunicativo como íntimamente vinculado con el conflictivo panorama cultural que he venido defendiendo desde el comienzo de este trabajo, escojo el término "distorsión" por cuanto el resto de denominaciones propuestas no se ajustan plenamente a mi concepción de estas prácticas. Por una parte, la noción de "interferencia" que implica el vocablo inglés "*jamming*" me resulta (siempre desde un punto de vista teórico) excesivamente reducida, al connotar una interrupción del flujo comunicativo que, si bien puede encajar muy bien con uno de los propósitos y componentes de las prácticas analizadas aquí, no da cuenta de forma explícita de la multiplicidad de operaciones de reutilización que, como defendía la IS, irá siempre más allá de los elementos originales para producir una innovadora organización sintética y más eficaz, en la línea de la "producción secundaria" de los usuarios a la que apelaría posteriormente Michel de Certeau.

Es por ello que mis preferencias se orientan claramente hacia la noción de "*détournement*" acuñada por los situacionistas, término que ya de inicio deja sentado que el flujo comunicativo *sigue discurriendo*, toda vez que, en virtud de estas prácticas, va a hacerlo de formas y por rutas insospechadas y divergentes de las preestablecidas por las instancias controladoras de la cultura. Y ello, tal y como matizaron claramente Debord y Wolman en 1956, asumiendo que el *rétournement* (esto, es la mera reversión) constituye siempre la forma más inmediata y menos eficaz de desviación que puede operarse. Este concepto, pues, se refiere mucho más al *décalage* (o el "desvío" -"*écart*"- al que también aludía de Certeau) que es creado con respecto a la cultura dominante por medio de las desviaciones que imprimen en ella de manera consciente sus *usuarios*. El término que aquí propongo emana, pues, directamente de este concepto situacionista de *détournement*, si bien opto por la *traducción* alternativa de "distorsión". El motivo de esta elección es que considero que ella es más precisa que otras como "desviación" (que adopté en el punto anterior), "desvío" o "transfiguración" por sugerir de forma más específica la connotación conflictiva de "secuestro" o

"reapropiación" que entendía este tipo de reutilizaciones como la provisión de la "artillería pesada que atraviesa todas las murallas chinas de la inteligencia". En este sentido, me remito a la tercera acepción del vocablo "distorsión" que aparece recogida en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua: "Acción de torcer o desequilibrar la disposición de figuras en general o de elementos artísticos, o de presentar o interpretar hechos, intenciones, etc., *deformándolos de modo intencionado*"[642].

Por lo que respecta a la idea de "guerrilla", resulta altamente sugerente y, de hecho, me serviré de aspectos teóricos relativos a ella en el punto 4.3.2, si bien desde mi punto de vista resulta válida para uno de los aspectos de las prácticas objeto de mi estudio, y no tanto para el resto. En cuanto a la noción de "táctica", la considero también crucial, si bien constituye igualmente sólo uno de los aspectos que consideraré acerca de la distorsión comunicativa, precisamente el mismo que contribuye a ilustrar la mencionada "guerrilla". En cualquier caso, de la definición de los *tactical media* me quedo con el rechazo a una concepción mediática destinada a la transmisión ideológica de uno u otro signo que habitualmente ha estado ligada a las batallas en este terreno y, por encima de todo, con la disolución de las identidades y especializaciones rígidas ("el artista", "el activista", "el teórico") y su combinación (que es también "hibridación") "con diferentes pesos específicos e intensidades".

A partir de estas consideraciones, concluyo que en esta tesis entiendo la distorsión comunicativa en tanto que *modos de consumir* (siguiendo a Michel de Certeau), definiéndola en consecuencia como el *conjunto de prácticas múltiples y conscientes mediante las cuales los consumidores de las industrias culturales hegemónicas se reapropian furtivamente de sus elementos, operando a través de estas industrias una producción (en el sentido de "poiesis", invención, creación) que somete dichos elementos a deformación y recombinación en función de la conveniencia y los propósitos de dichos usuarios, hasta ulteriormente diseminar públicamente las obras así generadas y dar pie así a*

642 La cursiva es mía.

sucesivas recreaciones.

A esta definición viene a sumarse la distinción que contemplo en estas prácticas entre un componente *esclarecedor*, que corresponde a una voluntad de denuncia y contestación directas referidas a los elementos distorsionados, y un segundo componente *(re)creativo*. Este último se distinguirá de aquel en que marca distancias de forma intencionada respecto al sentido original de dichos elementos con el propósito de explotarlo lúdicamente, esto es de "reinvertirlo" en la perspectiva de lo que la IS denominaba "las virtualidad inagotables de reutilización" (entre las que se incluye, por supuesto, aquel "doble fondo"[643] provocado por la coexistencia del reconocimiento del sentido primario con la emergencia de los sentidos subsiguientes). Si bien estos dos componentes pueden estar presentes en las mismas prácticas, ambos están claramente diferenciados y, al igual que los situacionistas, le atribuyo al segundo mayores riqueza, trascendencia y capacidad generativa que al primero, cuyo alcance más restringido le viene impuesto por su apego al significado que poseían originalmente los elementos distorsionados. Por último, puntualizo que el apartado 4.3 estará dedicado íntegramente a precisar la mencionada concepción de la distorsión comunicativa como un *modo de consumir*. En él se abordará, pues, un examen donde, amén de dilucidar mis concretas divergencias con respecto a la concepción de los *arts de faire* que expone de Certeau, contemplaré tres dimensiones que estimo que casan con aquellos estilos de invención técnica, de resistencia moral y de intercambio social que el historiador francés discernía inspirándose en la *perruque*.

643 Internationale Situationniste, "Le détournement comme négation et comme prélude", *op.cit.*

4.2. Referentes históricos de distorsión comunicativa

El presente apartado propone un repaso sintético y no exhaustivo de algunas de las tendencias recientes (partiendo, en este sentido, de las vanguardias artísticas de comienzo del siglo XX) que pueden identificarse como precedente o inspiración de la distorsión comunicativa tal y como ha quedado definida en el apartado anterior. Lo que interesa aquí, como se expuso al comienzo de esta tesis, no es tanto un recorrido histórico que proporcione un paisaje coherente, a la manera de un *paso de testigo* cultural o social, sino presentar una serie de movimientos y experimentos artísticos, políticos y comunicativos que, de forma no lineal ni progresiva (aunque sí interrelacionada), proporcionan claves y referentes indispensables para interpretar las prácticas que aquí se estudian, dotándolas de densidad histórica y de contextualización cultural.

4.2.1. Dadá y fotomontaje: John Heartfield

Coja un periódico.
Coja unas tijeras.
Escoja en el periódico un artículo de la longitud que cuenta darle a su poema.
Recorte el artículo.
Recorte en seguida con cuidado cada una de las palabras que forman el artículo y métalas en una bolsa.
Agítela suavemente.
Ahora saque cada recorte uno tras otro.
Copie concienzudamente
En el orden en que hayan salido de la bolsa.
El poema se parecerá a usted.
Y es usted un escritor infinitamente original y de una sensibilidad hechizante, aunque incomprendida del vulgo.

Tristan Tzara

"Para hacer un poema dadaísta"[644]

Desde los primeros años del siglo XX la cuestión de la apropiación de elementos ordinarios o procedentes de periódicos y otras publicaciones masivas ha estado presente en el mundo del arte. En este sentido, se considera generalmente a Pablo Picasso y a Georges Braque entre los primeros en incorporar a sus obras pictóricas fragmentos que procedían de contextos alejados del ámbito artístico como modo de poner en cuestión la representación y las convenciones estéticas. Así, se suele señalar la obra de Picasso "*Naturaleza muerta con silla de rejilla*" (cuadro de 1912 en el que el pintor malagueño pegó un parche de hule encerado para imitar el aspecto de la paja entrelazada en la silla) como el nacimiento, dentro de la emergencia del denominado cubismo sintético, de la técnica del *collage*. A ella se uniría poco después la del *papier collé*, utilizada por primera vez por Georges Braque en su obra "*Frutero y vaso*", en la que pega a la pintura trozos de papel imitando madera o con la forma de un vaso. La irrupción sólo cuatro años más tarde del movimiento Dada, que considera el arte como una forma de cuestionamiento y aniquilación del propio arte (Tzara escribirá en el "Manifiesto Dada" de 1918 "Yo escribo un manifiesto y no quiero nada, digo sin embargo ciertas cosas y estoy por principio contra los manifiestos, como también estoy contra los principios"[645]), supone una adopción crítica de estas técnicas de apropiación estética con la perspectiva de producir un arte regido por la arbitrariedad y "la ley del azar".

Dicho movimiento dadaísta nace y es bautizado en Zurich en 1916 por un colectivo variopinto e inestable de artistas que, habiéndose mayoritariamente refugiado en Suiza para huir de la devastadora Gran Guerra, se reunían en torno al cabaret Voltaire para conspirar contra la barbarie que asolaba Europa y, especialmente, contra una cultura y una expresión artística que consideraban que estaba en el corazón de dicho proceso de degradación:

644 T. Tzara, *Siete manifiestos Dada*, Tusquets, Barcelona, 1987, p. 50.
645 *Ibid.*, p. 12.

> En Zurich en 1915, cuando perdimos interés en las carnicerías de la guerra mundial, nos concentramos en las bellas artes. Mientras el tronar de las baterías retumbaba en la distancia nosotros pintábamos, recitábamos, versificábamos y cantábamos con toda nuestra alma. Buscábamos un arte elemental que según nosotros salvaría a la humanidad de la furiosa locura de aquellos tiempos. [...] Poco a poco este arte se convirtió en un objeto de reprobación general. ¿Acaso es sorprendente que los "bandidos" no pudieran comprendernos?. Su manía pueril de autoritarismo esperaba que el mismo arte sirviera al descrédito de la humanidad.[646]

En 1918 el "Manifiesto Dada" de Tzara atrae al dadaísmo a André Breton y a otros artistas del grupo parisiense *Littérature*, quienes reciben en 1920 al propio Tzara y en pocos días organizan una *manifestación* en el *Palais de Fêtes* que acaba en un tumulto y una desbandada general del público. Un año más tarde, la exposición de *collages* realizados por Max Ernst epata al círculo artístico de André Breton, quien inmediatamente reconoce en ellos una nueva forma poética ajustada a sus intenciones y planteamientos, escribiendo un prefacio para la exposición en el que define así este *collage*:

> Es la maravillosa facultad de obtener dos realidades completamente separadas sin hacer abandono del territorio de nuestra experiencia, de juntarlas y conseguir que salga una chispa de su contacto, [...] y de desorientarnos en nuestra memoria al sacarnos un punto de referencia: es esta facultad la que por ahora sostiene el Dada. ¿Puede semejante don dejar de convertir a quien lo experimenta en algo mejor que un poeta?[647]

Por otro lado, también en 1918 este rompedor anti-arte penetra en Alemania merced al primer discurso dadaísta que pronuncia ese año

646 Extracto de la cita de Hans Arp incluída en D. Ades, *El Dada y el Surrealismo*, Labor, Barcelona, 1975, p. 14.

647 Extracto del prefacio de André Breton a la exposición de Max Ernst citado en D. Ades, *El Dada y el Surrealismo*, Labor, Barcelona, 1975, pp. 31-32.

Richard Huelsenbeck, en el cual muestra ya el cariz marcadamente político que adquirirá el Dada en este país, expresa su apoyo a los colegas de Zurich y lanza una diatriba contra el cubismo, el expresionismo y el futurismo:

> El arte depende, en su ejecución y orientación, del tiempo en el que vive, y los artistas son criaturas de su época. El arte más elevado será aquel que presente en su contenido consciente los múltiples problemas de su tiempo, aquel que se vuelque palpablemente en las explosiones de la semana pasada y que trate siempre de recomponer sus miembros tras la agitación de la víspera. Los mejores y más elevados artistas serán aquellos que rescaten los jirones de sus cuerpos del torbellino de la catarata de la vida, aquellos que, ensangrentados el corazón y las manos, se aferren a la inteligencia de su tiempo. [...] ¿Ha satisfecho el Expresionismo nuestras expectativas de un arte semejante, un arte que suponga una sacudida (*ballotage*) de nuestras cuestiones más vitales? ¡No! ¡No! ¡No![648]

De esta forma ese mismo año se forma el club Dada de Alemania en Berlín, del cual forman parte el propio Huelsenbeck, Raoul Haussmann, Hannah Höch, Johannes Baader, George Grosz y los hermanos Wieland y Helmut Herzfeld (este último, tras abandonar el ejército fingiendo una depresión nerviosa, se cambió el nombre al más estadounidense de John Heartfield, como forma de oposición al papel de Alemania en la guerra). Su "Primera Feria Internacional Dada", inaugurada en junio de 1920 en la galería del doctor Otto Burchard en Berlín, provoca un impacto social y artístico que se extiende desde aquellos convulsos días hasta llegar hasta nuestra propia época, en la que se la sigue considerando con admiración y es periódicamente *revisitada*. Además de este Club Dada berlinés, en 1919, Max Ernst, Johannes Baargeld y el citado Hans Arp se reúnen en Colonia y fundan allí otro grupo dadaísta, cuya primera exposición, celebrada al año siguiente en

648 R. Huelsenbeck, "Dadaistisches Manifest", 1918.
Consultado en: http://www.peak.org/~dadaist/English/Graphics/dadamanifest.html (última consulta: 12 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

una cervecería y en la que, entre otras cosas, Ernst invitaba al público a destrozar con un hacha una escultura de madera situada a la entrada, les cuesta al propio Ernst y a Baargeld una comparecencia ante la policía.

Será en el seno de este efervescente movimiento alemán, que está en contacto directo, aunque manteniendo su "autonomía", con las convulsiones y revueltas políticas de la época (Heartfield y Grosz se afiliaron al Partido Comunista Alemán en cuanto este se fundó), donde aquel inicial *collage* cubista dé paso a los *fotomontajes*. En "La dinámica del fotomontaje", Demetrio Brisset define esta técnica como "una transformación fotográfica que, mediante distintas técnicas, integra imágenes diferenciadas -según diversos modos de producción- para mostrar una situación espacio-temporal manipulada, con variable verosimilitud, al servicio de una intencionalidad más o menos reconocible"[649]. Pues bien, el origen de dichos experimentos fotográficos de los dadaístas es marcadamente colectivo, implicando el trabajo conjunto de varios de los artistas mencionados, especialmente de Heartfield, Höch, Baader, Hausmann y Grosz, y también de Ernst, Otto Dix o Ludwig Kirchner. Dichos fotomontajes, que se incluían como portadas e ilustraciones de sus publicaciones y manifiestos, demuestran una temprana audacia compositiva y una absoluta falta de pudor por lo que respecta a la apropiación de los más variados elementos y a su ingeniosa yuxtaposición en nuevos conjuntos. Dawn Ades sitúa la emergencia del fotomontaje en el contexto político revolucionario que vivía Alemania tras el final de la guerra mundial, en el cual muchos de estos artistas estuvieron plena y críticamente inmersos:

> aunque estuvieron activamente comprometidos en las revueltas sociales de posguerra, [...] los dadaístas mantuvieron su autonomía Dada. Los comunistas desconfiaban considerándolos antiartistas diletantes y la burguesía los veía, inevitablemente, como monstruos bolcheviques. En parte como reacción a esta situación, hicieron un gran esfuerzo para que sus obras volvieran a

649 D. Brisset, "La dinámica del fotomontaje. Imágenes con voluntad de comunicación", en *Telos*, nº 47, Madrid, 1996, p. 56.

> estar en contacto con la vida real transformando el *collage* en fotomontaje. De este modo crearon una herramienta única para la polémica visual. *Los dadaístas berlineses se llamaban a sí mismos* Monteure *-ajustadores o montadores- en vez de artistas*.[650]

Uno de los más brillantes y destacados entre estos *Monteure* es, sin duda, John Heartfield, quien, desde la primera mitad de la década de los veinte (se considera su primer fotomontaje político el que realizó para recordar el décimo aniversario de la Primera Guerra Mundial -en la que fue alistado, junto a Grosz-, y en el que los esqueletos de los padres observan en posición de firmes cómo el emperador pasa revista a sus tropas, compuestas de sus hijos[651]) y durante muchos años, dedica buena parte de sus fotomontajes a denunciar y combatir el ascenso de Hitler y el nazismo, el entramado financiero que los aupó al poder, así como el antisemitismo que fue extendiendo. En España, su influencia caló temprana y profundamente en el valenciano Josep Renau, quien realiza en 1929 su primer fotomontaje en blanco y negro y es nombrado en 1938 Director de Propaganda Gráfica del Estado Mayor de la República. Tras exiliarse al año siguiente a México, elabora allí una serie de fotomontajes críticos con EE.UU., donde denuncia el belicismo, las injusticias sociales y la segregación racial, en lo que supone un ataque furibundo contra el *american way of life* (que recogerá en el libro "*Fata Morgana USA*"). El propio Renau explicaba así su recurso a esta técnica fotográfica en 1977:

> A fin de permanecer al nivel del tema y no rebasarlo, he adoptado el mismo lenguaje sofisticado de la publicidad yanqui, su mismo *sugestivo* naturalismo, es decir, las imágenes literales de ese monstruoso *trompe l´oeil* cuya absurdidad sólo es plenamente discernible mediante un método tan drástico y terminante como el fotomontaje, en virtud de su índole documental y de su congelado

650 D. Ades, *op.cit.*, p. 28. (La cursiva es mía).

651 D. Brisset, "John Heartfield. L´inventeur maudit du photo-montage", en *L´Art Vivant*, nº 44, París, 1977, p. 14. (La traducción es mía).

dinamismo visual.[652]

"El Presidente habla sobre la paz"
(fotomontaje de Josep Renau)[653]

652 Cita extraída de D. Brisset, "La dinámica del fotomontaje", p. 55.
653 Extraído de:
http://www.nodo50.org/foroporlamemoria/memoria_dela_cultura/josep_renau/El_presidente_habla_sobre_la_paz.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

"Final feliz"
(fotomontaje de Josep Renau)[654]

En su artículo de 1977 "*John Heartfield. L´inventeur maudit du photo-montage*", Brisset reivindica la figura y la obra del dadaísta berlinés, de quien afirma "entre los creadores del arte contemporáneo, John Heartfield es quizás aquel cuya aportación es la más original, sugestiva y estructurada"[655]. Dicha reivindicación parte de la constatación de que, junto a dichos atributos, este artista había merecido un olvido y una marginación igualmente llamativos desde que en 1933 huyera a Praga tras el ataque nazi a su casa en Berlín. Desde la capital checa, el *Monteur* dadaísta se traslada a Inglaterra en 1939 donde realiza

654 Extraído de:
http://www.nodo50.org/foroporlamemoria/memoria_dela_cultura/josep_renau/Final_feliz.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).
655 D. Brisset, "John Heartfield. L´inventeur maudit du photo-montage", p. 14.

una exposición antológica titulada "La guerra de un hombre contra Hitler" y colabora con sus fotomontajes en diversas publicaciones, hasta que es internado en un campo de concentración por las autoridades inglesas. Finalmente, Heartfield recalará en la República Democrática Alemana en 1950, donde trabaja como decorador teatral y desde donde parten sus últimas exposiciones, realizadas en 1950 en Moscú y Pekín, en 1966 en Berlín Oeste y en 1967 en Londres, Estocolmo y Frankfurt. No obstante, su pleno reconocimiento y el redescubrimiento de su obra tras todos estos años no se producirá sino a partir de su muerte en 1968, cuando las revueltas culturales y políticas llevan a muchos a descubrir asombrados un referente muy temprano en el siglo XX de algunas de las vías de experimentación cultural que se abrazan en esa etapa:

> Acaso haya ahí algo más que una coincidencia, ya que este año 1968 marca la nueva explosión [...] que, en el terreno específico de la comunicación artística, puede ser canalizada hacia una vía de renovación semántica que retoma las investigaciones de Heartfield, largo tiempo abandonadas, en el estado avanzado en el que él las dejara.[656]

Propongo a continuación un breve repaso por algunas de sus obras más sobresalientes en este sentido, contemplándolas como una referencia imprescindible para cualquier práctica de distorsión comunicativa que se examine en nuestros días. Comienza dicho repaso con este peculiar autorretrato al que yuxtapone la foto del comisario de policía Zorgiebel, defensor del nazismo.

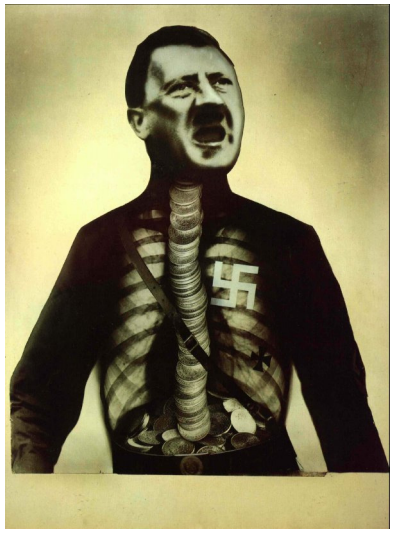
656 *Ibid.*, p. 16.

Autorretrato con el comisario de policía Zorgiebel
(fotomontaje de 1929 incluído en el *Arbeiter-Illustrierte-Zeitung* (AIZ, el Diario Ilustrado de los Trabajadores)[657]

657 Extraído de:
http://www.towson.edu/heartfield/images/Self_Portrait_with_Police.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

"El sentido del saludo de Hitler. El pequeño hombre pide grandes regalos"[658]

658 Extraído de: http://www.brasscheck.com/heartfield/gallery.html (última consulta: 12 de octubre de 2006).



"Adolf el Superhombre: Traga oro y arroja basura"
(poster del 17 de julio de 1932 empleado en la campaña electoral alemana de ese año)[659]

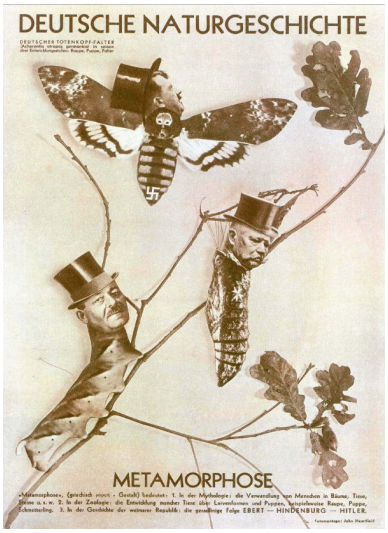
659 Extraído de: http://www.towson.edu/heartfield/images/Adolf_the_Superman.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

"A través de la luz hacia la noche.
Así habló el Dr. Goebbels: `¡Dejadnos atizar nuevos fuegos, con los que no despierten los deslumbrados!´"
(portada del AIZ dedicado a la quema de libros por parte de los nazis del 10 de mayo de 1933)[660]

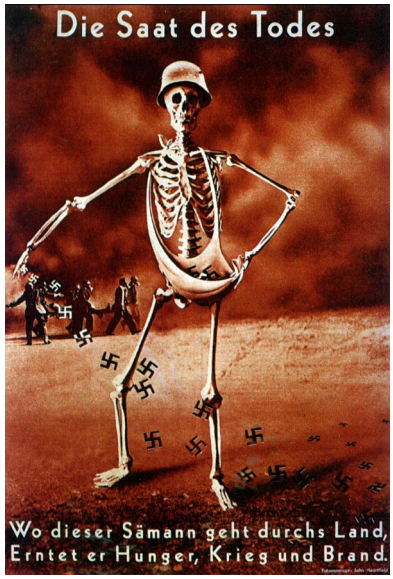
660 Extraído de: http://www.towson.edu/heartfield/images/night.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

"Ya no distingo partidos. Sólo veo más prisioneros"
(incluído en el AIZ de julio de 1933,
en el que se parodia la cita del emperador Guillermo II
"*Ich kenne keine Parteien mehr, ich kenne nur Deutsche*!"
-"Ya no distingo partidos. ¡Sólo veo alemanes!")[661]

661 Extraído de: http://www.brasscheck.com/heartfield/gallery2.html (última consulta: 12 de octubre de 2006).



"Historia natural alemana." (portada del AIZ de 16 de agosto de 1934)[662].



"Las semillas de la muerte" (fotomontaje de 1937)[663]

662 Extraído de: http://www.towson.edu/heartfield/images/Metamorphose.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

663 Extraído de: http://www.towson.edu/heartfield/images/The_Seeds_of_Death.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

"Hurra, ¡se ha acabado la mantequilla!",
seguido de una cita de Hermann Göring, ministro de Hitler en la que afirmaba sobre la carencia de alimentos:
"El hierro ha hecho siempre fuerte a un Imperio. La mantequilla y la manteca sólo han conseguido engordar a la gente"
(fotomontaje incluído en la portada del AIZ de 19 de diciembre de 1935)[664]

664 Extraído de:
http://www.towson.edu/heartfield/images/Hurrah_the_Butter_is_all_gone.jpg (última consulta: 12 de octubre de 2006).

4.2.2. *Internationale Situationniste*

El 28 de julio de 1957 nació en Cosio d´Arroscia (Italia) la *Internationale Situationniste* (IS), fruto de la unión de la Internacional Letrista (IL), el Movimiento Internacional por una Bauhaus imaginativa (MIBI) y la Asociación Psicogeográfica de Londres. La IL, por su parte, era una escisión del Movimiento Letrista (fundado en 1946 por los escritores Isidore Isou y Gabriel Pomerand) de la que formaban parte, entre otros, los ya citados Guy Debord y Gil J. Wolman y que propugnaba desde comienzos de los años cincuenta, amén del mencionado *détournement*, la superación del arte para realizarlo cotidianamente mediante una revolución cultural de la vida, así como el denominado "urbanismo unitario". Esta última propuesta se basaba en las ideas que el joven Ivan Chtcheglov (cuyo seudónimo era Gilles Ivain) defendiera en la revista de la IL, partiendo de la constatación de que "nos aburrimos en la ciudad y hace falta realizar un fatigoso esfuerzo para descubrir todavía misterios sobre los carteles de la vía pública [...] Tú no verás *la hacienda*. No existe. Hay que construir *la hacienda*"[665]. Por su parte, la MIBI fue fundada por el pintor danés Asger Jorn en 1953, como una contestación a la Nueva Bauhaus surgida de la escuela de Ulm bajo el liderato del arquitecto y diseñador suizo Max Bill:

> un arquitecto suizo, Max Bill, se ha propuesta reestructurar la Bauhaus en la que enseñaron Klee y Kandinsky. Pretende crear una academia sin pintura, sin investigación de la imaginación, la fantasía, los signos y los símbolos. Todo se reduce a instrucción técnica. En nombre de todos los artistas experimentales pretendo crear un Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginativa.[666]

En cuanto a la LPA (que, según Stewart Home, fue inventada

665 G. Ivain, "Formulaire pour un urbanisme nouveau", en *Internationale Situationniste*, nº 1, París, 1 de junio de 1958. Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is1.htm (última consulta: 13 de octubre de 2006).

666 Carta de Asger Jorn al pintor Enrico Baj, citada en S. Home, *El asalto a la cultura*, *op. cit.*, p. 70.

sobre la marcha y de la que su único "representante" era el inglés Ralph Rumney, residente en Italia desde comienzos de los años cincuenta), desarrolla una reflexión acerca de las cualidades psíquicas de los paisajes urbanos, destacando la influencia en ellos de corrientes psíquicas, eclipses solares o lunares y relaciones de poder, todo ello mediante una tergiversación de la retórica esotérica que se sirve paródicamente del lenguaje característico de las teorías ocultistas y misticistas. En cuanto al término "psicogeografía" ya había sido presentado públicamente por Debord en 1955, definiéndolo del siguiente modo:

> La psicogeografía se propondría el estudio de las leyes exactas y de los efectos precisos de la influencia directa del medio geográfico, conscientemente organizado o no, sobre el comportamiento afectivo de los individuos. El adjetivo psicogeográfico, que conserva una vaguedad bastante agradable, puede entonces aplicarse a los datos establecidos por este tipo de investigación, a los resultados de su influencia sobre los sentimientos humanos e incluso de manera general a toda situación o conducta que parezca revelar el mismo espíritu de descubrimiento.[667]

Al margen de actitudes sectarias propias del mundo artístico y de incontables rencillas y batallas internas, interesa destacar especialmente las aportaciones de la organización centrada en París que, de vertiente más politizada y constituida en torno a Debord, Bernstein y Raoul Vanegeim, se siguió denominando IS tras la escisión de marzo de 1962 de la facción "cultural" o "artística" (que daría lugar a la menos conocida 2ª Internacional Situacionista, que tomó como centro de operaciones una granja al sur de Suecia). Aquella facción de Debord, además de conservar el nombre original del grupo, continuó publicando por su cuenta la revista homónima, la cual, pese a sus muchas limitaciones, alcanzaría a finales de los sesenta una gran resonancia. En este sentido, considero muy ilustrativo acerca de la crítica de la IS a la

667 G. Debord, "Introduction à une critique de la géographie urbaine", en *Les Lèvres nues*, nº 6, Bruselas, septiembre de 1955, pp. 11-15. Consultado en: http://www.larevuedesressources.org/article.php3?id_article=33 (última consulta: 13 de octubre de 2006).

mercantilización de la vida y a la elitización de la "cultura seria" el hecho de que, desde el primero de sus números, la mencionada publicación incluyera una nota que constituye uno de los más tempranos ataques en toda regla a los *cercamientos* intelectuales (precursor de lo que se practicaría bajo el nombre de *anticopyright* en fanzines, revistas, panfletos, especialmente a partir de la década de los setenta). En dicha nota se podía leer literalmente "*Tous les textes publiés dans `Internationale Situationniste´ peuvent être librement reproduits, traduits ou adaptés même sans indication d'origine*" ("Todos los textos publicados en *Internationale Situationniste* pueden reproducirse, traducirse o adaptarse libremente incluso sin indicar su origen"). Esta manifestación tan pronta de la insumisión abierta a las restricciones del *copyright* es reconocible en buena parte en el interés previo que la IL había manifestado hacia la investigación realizada por el sociólogo Marcel Mauss[668] y el antropólogo Georges Bataille[669] acerca de la "economía del don" presente en costumbres de "sociedades arcaicas", como el *potlach* de algunas tribus amerindias que daría título a la revista de la IL.

En cualquier caso, la revista "*Internationale Situationniste*" acogerá a lo largo de los once años en que es publicada numerosas contribuciones acerca de los más variados temas artísticos, políticos, arquitectónicos, urbanos, lúdicos, etc. Además de los textos citados acerca del *détournement*, acaso uno de sus escritos más críticos en los que aluden específicamente a la cuestión del poder, los usos del lenguaje y la comunicación sea el publicado el 8 enero de 1963 con el título "*All the King´s Men*". En efecto, en él la IS comienza aludiendo a la manera en que el personaje de Lewis Carroll, Humpty-Dumpty, replica a Alicia cuando esta discute acerca de los muchos significados que se le pueden dar a una palabra: "*The question is* [...] *which is to be the master -that's all*"[670] ("La cuestión es quién es el amo, eso es todo"). A partir de aquí los situacionistas reconocen que las palabras y el lenguaje "*trabajan*"

668 Ver: M. Mauss, "Sobre los Dones y Sobre la Obligación de Hacer Regalos", en *Sociología y Antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971, pp. 155-263.
669 Ver: G. Bataille, *La part maudite*, Éditions de Minuit, París, 1967.
670 L. Carroll, *Through the looking glass*, Penguin, Londres, 1994, p. 100.

esencialmente del lado de las instituciones dominantes, sentenciando que "vivimos en el lenguaje como en el aire viciado"[671]. Ahora bien, teniendo esto en cuenta, la IS rechaza que las palabras se hallen por ello definitivamente "robotizadas", esto es, a merced de un "poder cibernético embrionario" que trataría de someterlas a una concepción transmisiva mecanicista:

> para desgracia de los teóricos de la información, las palabras no son ellas mismas "informacionistas"; en ellas se manifiestan fuerzas que pueden desbaratar los cálculos. [...] Empleadas *casi* todo el tiempo, a jornada completa, en sentido pleno y en pleno sinsentido (*à plein sens et à plein non-sens*), ellas siguen siendo en cierto modo radicalmente extrañas.[672]

He aquí, pues, que la IS reivindica la "insumisión de las palabras" frente a los intentos de su reducción y captura por las máquinas controladas por los que detentan el poder, así como la posibilidad de contestación que reside en ellas mismas cuando se las emplea para designar la vida auténtica. En este sentido, se refieren, por supuesto, a los hallazgos literarios de Joyce o Baudelaire, pero amplían este planteamiento para hacerlo extensible a todo el ámbito comunicativo, destacando, por ejemplo, la emergencia de la música electrónica, que consideran inspiradora en tanto que *détournement* de las propias máquinas dominantes para otros fines artísticos experimentales. Dicha crítica integral de los intentos de control comunicativo, así como la identificación y celebración de las diversas resistencias que escapan creativamente de él será finalmente sintetizada de este modo:

> Mas la oposición es mucho más general, mucho más radical. Ella denuncia toda "comunicación" unilaterial, tanto en el arte antiguo como en el informacionismo moderno. Ella

671 International Situationniste, "All the King´s Men", en *International Situationniste*, nº 8, París, enero de 1963.
Consultado en: http://big.chez.com/debordiana/francais/is8.htm#all (última consulta: 13 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

672 *Idem*.

> apela a una comunicación que dé al traste con todo poder separado. Allí donde hay comunicación, el Estado no existe.[673]

Otro texto fundamental para calibrar la contribución de la IS a las propuestas de distorsión comunicativa investigadas en esta tesis lo constituye el artículo "*Les situationnistes et les nouvelles formes d´action contre la politique et l´art*" publicado en el número de octubre de 1967. En él René Viénet lanza un auténtico *programa* de subversión comunicativa donde define propuestas de intervención muy concretas que abarcan la desviación de fotonovelas y de fotografías pornográficas; la tergiversación de "*todos* los carteles publicitarios", señalando como especialmente apetecibles (por constituir "secuencias notables"[674]) los situados en los pasillos del metro, los cuales, desde mayo de 1968 hasta finales de 1969 quedaron efectivamente cubiertos de inscripciones y *bocadillos* que salían de los personajes con frases como "mientras más consumimos, menos vivimos", "soy una mujer-objeto" o "desde pequeños nos enseñan a amar el dinero"[675]; "la promoción de la guerrilla en los *mass media*"[676], adelantando las posibilidades de interferencia en las transmisiones de las radios comerciales (e incluso de construcción ya de "radios piratas") y proponiendo igualmente la publicación de ediciones falsas de periódicos de gran tirada; o la confección de cómics situacionistas que, desde la premisa de que estos "constituyen la única literatura verdaderamente popular de nuestro siglo", tomarían historietas de distribución masiva y transformarían sus elementos, añadirían personajes de fondo o simplemente cambiarían los textos de los *bocadillos* (lo cual ya venían realizando desde 1964, dando lugar a peculiares cómics erótico-satírico-políticos[677]). Mención aparte merece la

673 *Idem*.

674 R. Viénet, "Les situationnistes et les nouvelles formes d´action contre la politique et l´art", en *Internationale Situationniste*, nº 11, París, octubre de 1967. Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is11.htm (última consulta: 13 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

675 D. Brisset, "Política con recetas", p. 53.

676 R. Viénet, *op. cit.*

677 D. Brisset, "Política con recetas", p. 53.

incitación a la realización de films situacionistas, que lanza Viénet argumentando que el cine es a la vez el medio de expresión más nuevo y potente y el que ha sufrido un mayor estancamiento desde su invención, concluyendo de todo ello la exigencia de que "todo situacionista se halle en disposición de rodar una película tanto como de escribir un artículo" y el reconocimiento de la inspiración que, más allá de su servidumbre mercantil y espectacular, suponen los anuncios publicitarios:

> Apropiémonos de los balbuceos de esta nueva escritura, apropiémonos sobre todo de sus ejemplos más acabados, más modernos, los que han escapado a la ideología artística más aún que la serie B norteamericana: [...] eminentemente *el cine publicitario*. Al servicio de la mercancía y del espectáculo, es lo menos que se puede decir, pero libre de sus medios, el cine publicitario ha puesto las bases de lo que entreveía Eisenstein cuando hablaba de filmar "La Crítica de la Economía Política" o "La Ideología alemana".[678]

Lo cierto es que en el seno del Movimiento Letrista (ML) y la IL se habían producido ya notables experimentos cinematográficos que darían pie a la denominación de "cine letrista". De hecho, ya en 1951 su primer film, "*Traité de bave et d´éternité*", en el que Isidore Isou llevaba a la gran pantalla los planteamientos expuestos ese mismo año en su "*Manifeste du cinéma discrépant*" (empleo de fotos fijas rayadas y rasgadas, banda sonora completamente independiente de la imagen, etc.), se hizo merecedor del premio de la vanguardia del Festival de Cannes. A su proyección acudió el propio Guy Debord, quien, con sólo diecinueve años, quedó impactado y se aproximó al ML, reconociendo posteriormente junto con Wolman: "Las provocaciones que el grupo letrista había lanzado, o preparaba (poesía reducida a letras, relatos metagráficos, cine sin imágenes) desencadenaban una inflación mortal en el arte. Nos unimos a ellos sin dudar un instante"[679]. Ese mismo año

678 R. Viénet, *op. cit.* (La traducción y la cursiva son mías).

679 G. Debord y G. J. Wolman, "Pourquoi le lettrisme", en *Potlach*, nº 22, septiembre de 1955.
Consultado en: http://le-singe.zone-mondiale.org/TXT/SITU/txt_lettrisme01.php

otro de los letristas, Maurice Lemaître, proyectó "*Le film est déjà commencé*", en el que inscribía letras y números sobre la película y se introducían los movimientos y pensamientos de los espectadores en la banda sonora, y al año siguiente Isou vuelve a la carga con una película consistente únicamente en un debate sobre cine[680]. También en junio 1952 Debord debuta en el cine con "*Hurlements en faveur de Sade*", donde lleva hasta el extremo la superación del cine y provoca el tumulto entre el público ante una película *carente de imágenes* y compuesta exclusivamente de veinte minutos de diálogos repartidos por su extenso metraje, dándose la circunstancia de que todo el tiempo que estas voces quedaban en silencio también se apagaba la luz del proyector, dejando la sala completamente a oscuras.

En cualquier caso, tal exigencia situacionista de disponerse a una suerte de *do it yourself* cinematográfico se traducirá a partir de los setenta en dos usos fundamentales de dicho medio. Así, por un lado, se realizará un empleo propagandístico del cine para difundir las consignas situacionistas, si bien el más destacado será el que se propone "*jouer au cinéma*", al hilo de una propuesta lanzada ya en 1955 en las páginas de "*Potlach*":

> En las salas oscuras que la *deriva* puede atravesar, hay que detenerse un poco menos de una hora e interpretar lúdicamente la película de aventuras que están pasando: reconocer en el héroe algunos personajes más o menos históricos que nos son cercanos, relacionar los acontecimientos del inepto guión con las razones de actuar verdaderas que sabemos que tienen aquellos y con la semana que nosotros mismos estamos pasando, he aquí un aceptable divertimento colectivo.[681]

(última consulta: 13 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

680 S. Home, *op. cit.*, p. 53.

681 Anónimo, "Panorama intelligent de l'avant-garde à la fin de 1955", en *Potlach*, nº 24, 1955.
Consultado en: http://www.larevuedesressources.org/article.php3?id_article=36 (última consulta: 13 de octubre de 2006).

Es así cómo en esta época se llegará ya al *détournement* de largometrajes completos por parte de la IS, lo cual ya había sido experimentado en 1966 por Woody Allen en "*What´s Up Tiger Lily?*", película en la que, alterando la banda sonora y los diálogos de un film policiaco japonés, y añadiéndole pequeños insertos, el director estadounidense lo transformaba en una comedia paródica. El iniciador de esta práctica en Francia será el propio René Viénet en 1971, en circunstancias no poco esperpénticas. Y es que esta iniciativa surge a raíz de la importación de películas chinas muy baratas por parte de unos distribuidores que, ante la carencia de traductores de ese idioma en el país galo, deciden exhibirlas de todos modos con un doblaje *desviado*, del cual se ocupan Viénet, Gérard Cohen (experto en esta labor) y otros colaboradores. El resultado es que películas de kung-fu y batallas como "*Du sang chez les taoïstes*" o "*La dialectique, peut-elle casser des briques?*" se proyectan con sus dialogos totalmente tergiversados de modo que, en el caso de la segunda, la lucha de los jóvenes coreanos contra la ocupación japonesa se convierte en una revuelta espontánea de los jóvenes proletarios explotados contra los burócratas chinos que imponen el terror bajo las órdenes de Mao[682]. La tremenda diversión que experimentan sus espectadores viene acompañada al poco tiempo por las quejas de la productora china y de la propia policía surcoreana, que obligarán a suspender la exhibición.

Ahora bien, ello no desanima a los situacionistas que poco después llegan a un acuerdo con la productora japonesa de "*Les filles de Ka ma ré*", una cinta de kung-fu en la que se mezclan violencia sádica, erotismo e irreverencia hacia los valores establecidos. Mediante dicho acuerdo, al tiempo que la película se exhibe en dos cines parisinos en versión doblada al francés (sin ninguna alteración), esos jóvenes situacionistas la proyectan parcialmente en otra sala en versión original con los subtítulos que ellos han desviado. De esta forma, el film queda transfigurado en "una expresión artística subversiva" donde se mezclan, por ejemplo, un texto filosófico acerca de la sociedad espectacular con imágenes que muestran una relación lésbica en un baño. Lo más curioso

682 L. Chollet, *Les situationnistes. L´utopie incarnée*, Gallimard, París, 2004, pp. 90-91.

de todo es que, como apostilla Brisset, la mayoría de espectadores de la época prefieren acudir a ver la versión *détournée*[683].

683 D. Brisset, D. Brisset, "Política con recetas", pp. 52-53.

4.2.3. *Yippies*

The yippies are Marxists. We follow in the revolutionary tradition of Groucho, Chico, Harpo and Karl.
Jerry Rubin[684]

En la Nochevieja del año 1967 un grupo de jóvenes californianos cercanos al *Free Speech Movement*, a las protestas contra la guerra de Vietnam y a la experimentación psicodélica fundan el llamado *Young International Party* (YIP, "Partido -y/o Fiesta- Joven Internacional"), siendo conocidos desde entonces como los "*yippies*" y convirtiéndose pronto en una auténtica pesadilla para las autoridades de EE.UU. Su concepción de la política es la de un "*happening* psicodélico"[685], en el que se muestran encantados de asumir las burlas que hacen de ellos las grandes organizaciones revolucionarias o los periódicos importantes (los primeros en llamarlos "Groucho-marxistas"), rechazan la ideología y las estructuras jerárquicas y centralizadas ("revolucionarias" o no) y buscan provocar a diestro y siniestro ("La ideología es una enfermedad cerebral. Los yippies considerarán seriamente a los de izquierdas cuando comiencen a imprimir libros de cómic"[686]). Y es que la transformación social que ellos persiguen es una que no requiere el sacrificio y la espera de un paraíso terrenal, ni la renuncia al placer y la fiesta, ni mucho menos la sumisión a líderes revolucionarios, sino una destinada a liberar sus vidas cotidianas y ponerlas *patas arriba*: "La revolución no es lo que créeis; no es ninguna organización a la que podáis pertenecer; no es aquello por lo que dais vuestro voto. La revolución es lo que hacéis desde la mañana hasta la noche; es vuestra forma de vivir"[687].

Ahora bien, si en algo resultan magistrales estos *yippies*, y especialmente dos de sus más celebres *portavoces*, Jerry Rubin y Abbie

684 J. Rubin, *DO IT! Scenarios of revolution*, Ballantine Books, Nueva York, 1970, p. 116.
685 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, p. 140.
686 J. Rubin, *op. cit.*, p. 113. (La traducción es mía).
687 Frase de Rubin extraída de L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, p. 139.

Hoffman, es en su audacia para valerse de los *mass media* con el fin de atraer la atención de millones de personas sobre sus protestas, reivindicaciones y sátiras políticas. En este sentido, se los puede considerar como verdaderos precursores de los *modos de hacer* comunicativos, logrando pillar a contrapié tanto a los propios periodistas, que no dejan de caer en sus trampas y juegos mediáticos, como a jueces, políticos, policías y, por supuesto, a la propia izquierda: "El movimiento es demasiado puritano acerca del uso de los medios. [...] Hoy en día no puedes ser un revolucionario sin un televisor. [...] *¡Toda guerrilla ha de saber cómo usar el terreno de la cultura que está tratando de destruir!*"[688]. En este sentido, su análisis de la cultura estadounidense de la época coincide en buena medida con las críticas situacionistas expuestas, al resaltar, por un lado, sus profundas decadencia, alienación y autoritarismo y, por otro lado, la perversión del lenguaje por parte de sus "amos": "Un cultura moribunda destruye todo aquello que toca. El lenguaje es una de las primeras cosas en caer. Hoy es ya imposible que nadie se comunique mediante palabras. El lenguaje *impide* la comunicación"[689].

Basándose en estas reflexiones, los *yippies* emprenden una trasposición *sui generis* de la sentencia de McLuhan "*the medium is the message*". En efecto, este peculiar "partido" tratará de teatralizar sus manifestaciones, festivales y protestas, contando para ello con la involuntaria complicidad de unos medios que, al margen del rendimiento espectacular que sacan de ellos, se muestran altamente ingenuos y permiten que las intervenciones de este grupo crezcan exponencialmente en resonancia y atraigan a cada vez más participantes: "Los *media* no son `neutrales´. La presencia de una cámara transforma una manifestación, convirtiéndonos en héroes"[690].

En consecuencia, los *yippies* contemplan cada aparición pública como una función que habrá de ser cuidadosamente orquestada para alcanzar un gran impacto revolucionario a través de los medios de

688 J. Rubin, *op. cit.*, p. 108. (La cursiva es mía).
689 *Ibid*., p. 109.
690 *Ibid*., p. 107.

comunicación. Sus ruedas de prensa (a las que Rubin define como "teatro gratis para cualquiera que sepa hacer uso de ellas"[691]) se convierten en escandalosos espectáculos de los que los periodistas salen impresionados por las insinuaciones violentas, los ataques airados y las previsiones hiperbólicas de asistencia a las protestas que se lanzan en ellas. Así, por ejemplo, en la rueda de prensa en la que se anuncia la marcha de octubre de 1967 al Pentágono, uno de los participantes advierte de que "no quedará ningún edificio gubernamental sin atacar", con lo cual todos los medios colocarán en primera plana como "terrorista" el anuncio de lo que no era sino una marcha pacifista[692].

Igualmente estos *yippies* son de los primeros en comprender la idea de Allen Ginsberg de que "una manifestación es una producción teatral"[693] y, de este modo, al final de la citada marcha al Pentágono, a la que acuden 75.000 personas y que el escritor Norman Mailer narra en "*Los ejércitos de la noche*"[694], consiguen reunir a más de mil personas para rodear dicho edificio y, al son de tambores y cánticos, comenzar un exorcismo destinado a hacerlo levitar. Esta disparatada función cala hondamente en los *media*, que entran en el juego propuesto y propagan una imagen del Pentágono como un *lugar maldito*[695]. A tal punto llegará su descaro teatral que en sus manifestaciones reservan un papel destacado incluso a los propios policías que, según Rubin, están "perfectamente vestidos para el papel de `malo de la película´"[696], De esta forma, en una manifestación contra la guerra de Vietnam de finales de los sesenta, los *yippies* reparten bolsitas de plástico con sangre entre los participantes y, cuando se enfrentan a la policía, comienzan a romperse las bolsas en la cabeza y a hacer sonar mediante radiocassettes ruidos de ráfagas de ametralladora, con lo cual consiguen que los medios reflejen la protesta contra Vietnam mediante una escena cuasibélica en pleno centro de Nueva York: "¿Has visto alguna vez una manifestación

691 *Ibid*., p. 136.
692 *Ibid*., pp. 69-70.
693 Citado en *ibid*., p. 45.
694 N. Mailer, *Los ejércitos de la noche. La historia como novela, la novela como historia*, Anagrama, Barcelona, 2003.
695 L. Blisset y S. Brünzels, *op. cit.*, p. 139.
696 J. Rubin, *op. cit.*, p. 127.

aburrida por televisión? Sólo por salir en televisión ya se hace apasionante. Las manifestaciones duran horas y la mayor parte del tiempo no pasa nada. [...] La televisión compendia toda la acción en dos minutos: Un *spot* de la revolución"[697].

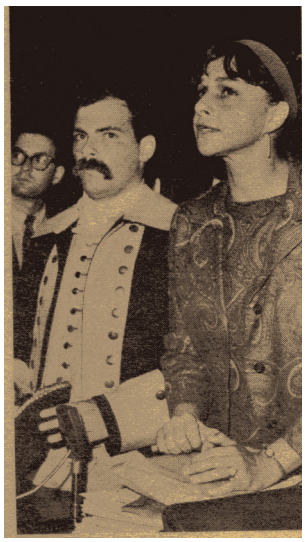
Amén de estas descaradas acciones contra la guerra de Vietnam, acaso uno de los más legendarios *circos mediáticos* que los yippies organizan se desarrolla en los juicios políticos a los que son sometidos ante el *House Committee on Un-American Activities* (HCUA o HUAC, Comité de Actividades Antiamericanas). Este comité fue creado en 1938 por la Cámara de Representantes de EE.UU. con el fin de perseguir la propaganda y las actividades "subversivas" contra ese país y, amén de presuntos fascistas y simpatizantes nazis, se concentró desde el inicio de su actividad en la persecución de posibles militantes comunistas, dando lugar a partir de 1947 a un proceso en este sentido en el seno de la industria de Hollywood. Dicho proceso culminó con la elaboración de las famosas *listas negras* de Hollywood, que boicotearon especialmente a los denominados "*Hollywood Ten*" y dejaron sin trabajo también a cientos de actores, directores, presentadores de radio y sobre todo guionistas, siendo muy conocido el caso de Charles Chaplin, quien se exilió a Europa en 1952 y dirigió allí cinco años más tarde "*A King in New York*", un relato satírico de esta persecución política.

Pues bien ya en los sesenta, Jerry Rubin y sus compañeros pergeñan una estrategia mediática plenamente juglaresca para convertir en una pantomima esperpéntica todas las ocasiones en que han de acudir ante este Comité por acusaciones relacionadas con sus protestas políticas. De este modo, en contraste con el terror que infundía este organismo en los acusados durante los años cuarenta y cincuenta, los yippies se mofan y ridiculizan públicamente la naturaleza y autoridad de este *tribunal*, contribuyendo a su ocaso sólo un año después de su última comparecencia ante él y a su desaparición definitiva en 1975[698]. En

697 *Ibid.*, p. 106.

698 T. Geoghegan, "By Any Other Name", en *The Harvard Crimson*, 24 de febrero de 1969. Consultado en: http://www.thecrimson.com/article.aspx?ref=494601 (última consulta: 14 de octubre de 2006).

efecto, la primera vez que Jerry Rubin es llamado a declarar, en 1967, acudirá disfrazado de guerrillero estadounidense de la Guerra de Independencia y reparte entre los asistentes fotocopias de la Declaración de Independencia de los EE.UU.: "Allí estábamos sobre el escenario. Empecé a andar alrededor del auditorio del HUAC, sintiendo claramente que yo era el único vestido apropiadamente en el Congreso"[699].



Jerry Rubin disfrazado de George Washington[700]

Dos años después, Rubin, Hoffman y otros cinco compañeros, los llamados "Siete de Chicago", volverán a ser llamados ante el Comité como instigadores de las protestas callejeras con motivo de la Convención del Partido Demócrata celebrada en Chicago a finales de agosto de 1968. Los *yippies* habían participado desde comienzos del año en la organización del *Festival of Life*, que se celebra simultáneamente a dicha convención con música, poesía, danza y en la que las amplias protestas contra la guerra de Vietnam son duramente reprimidas por la policía. Aprovechando este concurrido evento, los *yippies* convocan en la mañana del 23 de agosto un mitin político en el que presentan públicamente la candidatura a la presidencia de EE.UU. de un cerdo

699 J. Rubin, *op. cit.*, p. 62.
700 Foto de *World Wide Photos Inc.* extraída de *idem.*

llamado "Pigasus, el Inmortal", el cual les será confiscado al ser detenidos recién comenzado el acto en el Centro Cívico de Chicago.

Jerry Rubin en el mitin con Pigasus[701]

701 Foto extraída de la página *web*: http://www.geocities.com/TheTropics/Shores/7484/ftr/pigasus.htm (última consulta: 14 de octubre de 2006).

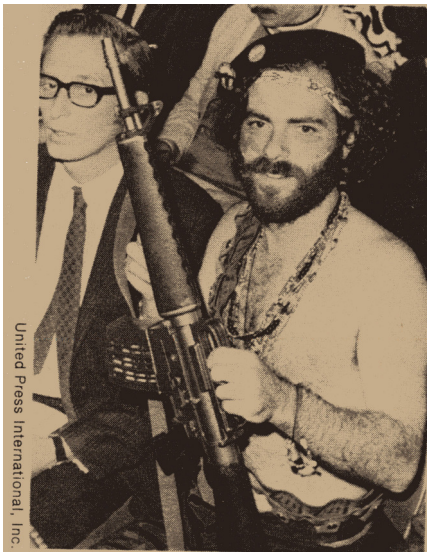
Pigasus detenido por la Policía de Chicago[702]

De este modo el 24 de septiembre de 1969 comienza un juicio al que los *yippies* acuden con una idea muy clara: "Nuestra estrategia consistía en provocarle al Juez Hoffman un ataque al corazón. Y se lo provocamos al sistema judicial, lo que resultó aún mejor"[703]. Al mismo tiempo conciben todo el proceso como una oportunidad inmejorable de incitar a la rebeldía a muchos más jóvenes, para lo cual se esfuerzan en acaparar la máxima atención mediática y en convertir así su juicio en un *carnaval público*. Así, Rubin y Hoffman asistirán a las diferentes sesiones disfrazados de guerrillero del Vietkong, de Santa Claus o incluso de jueces, con sendas togas negras; junto a ello, realizan innumerables bromas y mofas hacia el tribunal (por ejemplo, dirigiendo a sus miembros al entrar el saludo nazi), o incluso llegan a traer una tarta

702 Foto extraída de la página web:
http://www.geocities.com/TheTropics/Shores/7484/ftr/pigasus.htm (última consulta: 14 de octubre de 2006).

703 Cita de Jerry Rubin extraída de:
http://www.law.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/Chicago7/OwnWords.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

de cumpleaños a la sala[704].



Jerry Rubin, con el torso desnudo, disfrazado de guerrillero[705]

Jerry Rubin y Abbie Hoffman, ataviados con toga para la vista ante la HUAC[706]

704 D. O. Linder, "The Chicago Seven Conspiracy Trial", en *The Chicago Conspiracy Trial. Teacher´s Study Guide*, L.A. Theater Works (Alive & Aloud. Radio Plays for Learning in the Classroom), Los Ángeles, 1999, pp. 1-4. Consultado en: http://www.law.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/Chicago7/Account.html (última consulta: 14 de octubre de 2006).

705 Foto de *United Press International Inc.* extraída de J. Rubin, *op. cit.*, p. 153.

706 Foto extraída de:
http://www.law.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/Chicago7/CHI_H&R.jpg (última

Acaso una de las mejores síntesis de la excéntrica y teatral concepción de la comunicación política de estos *yippies* la ofrece Jerry Rubin al comentar la cobertura mediática que merece la prohibición que el HUAC le impuso de entrar al juicio vestido de Santa Claus: "Los titulares al día siguiente pregonaban: `El HUAC veta a Santa Claus´. Me dio un subidón ver eso. Había logrado comunicar con todos los niños de cuatro, cinco, seis y siete años del país"[707].

consulta: 14 de octubre de 2006).

707 J. Rubin, *op. cit.*, p. 208.

4.2.4. *Graffiti*

Pared blanca, papel de necios
Hernán Cortés[708]

Pese a su cada vez mayor extensión y *aceptación* (si bien cabría puntualizar que en muchos casos esta posee una índole negativa) el término "*graffiti*" no deja de poseer unos contornos no del todo precisos, tanto histórica como conceptualmente, lo cual no ha de extrañar dada su forma de producción, su itinerancia y su sentido social y político.

Así, por ejemplo, Jesús de Diego, investigador de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Zaragoza, resalta cómo dicho término es empleado académicamente por arqueólogos e historiadores para referirse a manifestaciones pictóricas cotidianas de la Roma clásica (entre ellas, las "*letrinalia*", inscripciones encontradas en las letrinas de la época). En cuanto a su etimología, de Diego señala su procedencia del infinitivo griego "*grafein*" y del romano "*graffiare*", los cuales comparten la connotación semántica de la inscripción no sólo textual, sino también icónica, la cual pronto adquirirá en la antigua Roma un matiz peyorativo que relaciona dichas inscripciones con alusiones escatológicas y sexuales[709]. Armando Silva, por su parte, establece su procedencia de la palabra italiana "*graffito*", proveniente, a su vez, del griego "*graphis*", que significaba carbono natural (material con el que se fabrican las minas de los lápices), si bien aclara de inmediato el desplazamiento implicado en el término *graffiti*, que deja de aludir al medio de inscripción para designar a la inscripción misma, al objeto

708 Inscripción que, según cuenta el historiador Bernal Díaz del Castillo, realizó Cortés en los muros de México para dar por concluída una disputa dialéctica con sus capitanes acerca del reparto de un botín, según recoge Armando Silva en: A. Silva, *Punto de vista ciudadano. Focalización visual y puesta en escena del graffiti*, Instituto Caro y Cuervo, Bogotá, 1987, p. 28.

709 J. de Diego, *La estética del graffiti en la sociodinámica del espacio urbano. Orientaciones para un estudio de las culturas urbanas en el fin de siglo*, Universidad de Zaragoza, 1999.
Consultado en: http://www.graffiti.org/faq/diego.html (última consulta: 16 de octubre de 2006).

representado[710].

Sea como fuere, de unas décadas hacia acá la extraordinaria emergencia de este tipo de manifestaciones textuales y pictóricas en los contextos urbanos ha mantenido cierta imprecisión conceptual. Y ello porque, en sentido estricto, los *graffiti* aludirían a una determinada variante de dichas manifestaciones que, vinculada eminentemente a un movimiento de reapropiación del *espacio público*, nace entre finales de los sesenta y comienzos de los setenta al calor de la ascensión de la cultura hip-hop en los guetos de la ciudad de Nueva York, para después expandirse a otras ciudades estadounidenses, a Europa, Sudamérica y el resto del mundo. Ahora bien, en este trabajo se empleará el concepto de forma general para aludir también a otras manifestaciones radicadas en Europa o en Sudamérica. A estas últimas se las conoce también como "pintadas" en México, Venezuela, Brasil, Argentina y Colombia (término igualmente usado en España), nombre que para Silva reincide en aquel desplazamiento apuntado hacia *lo que se representa*, o incluso como "pintas", vocablo empleado para referirse a aquello que poseería "buena pinta"[711].

Este empleo general del término no supone en ningún caso que se le reste importancia a la diferenciación entre las expresiones gráficas aludidas, la cual suele atender a dos grandes manifestaciones originarias, el graffiti *europeo* (o francés) y el *estadounidense* (o neoyorquino, o hip-hop). Por lo que concierne al primero, se vincula directamente con la revuelta de mayo del 68 en París y en otros puntos de Francia (y del mundo, como México D. F. o Berkeley) y Silva lo define como una "consigna mural" con un claro componente antiautoritario y "propósitos macropolíticos"[712]. En ellos la dimensión textual es fundamental, no prestándose demasiada atención a la forma o al instrumento de inscripción, que quedan así supeditados a la claridad de las consignas, relacionadas con reivindicaciones sociales, culturales y políticas. En este sentido destaca especialmente París por sus brillantes *graffiti*, muchos de

710 A. Silva, *op. cit.*, pp. 20-21.
711 *Ibid.*, pp. 21-22.
712 *Ibid.*, p. 24.

ellos de clara inspiración situacionista, que clamaban desde los muros: "*Ne travaillez pas!*" ("¡No trabajéis!"), "*L'ennui est contre-révolutionnaire*", ("El aburrimiento es contrarrevolucionario") "*On achète ton bonheur. Vole-le*" ("Están comprando tu felicidad. Róbala"), "*À bas la société spectaculaire marchande*" ("Abajo la sociedad espectacular y mercantil"), "*Vivre sans temps mort et jouir sans entrave*" ("Vivir sin tiempo muerto y disfrutar sin trabas"), "*Défense d´interdire*" ("Prohibido prohibir"), o el ilustrativo "*Les murs ont la parole*" ("Los muros tienen la palabra"). Jesús de Diego considera esta variante de *graffiti* directamente heredera de "una amplia tradición de pensamiento filosófico, poético y humorístico en forma de máxima (desde Nietzsche, como mínimo)" e insiste en la casi completa ausencia de componente icónico, la despreocupación por "la elaboración plástica" y la concentración en la agudeza e ingenio del texto en cuestión[713]. En cualquier caso, este investigador destaca que la tremenda expansión del *graffiti* procedente de Nueva York a partir de los setenta determinaría una efervescencia de este tipo de manifestaciones pictóricas que relegaría a un segundo plano las pintadas surgidas de la explosión expresiva de mayo del 68.

Por su parte, García-Canclini destaca, en su alusión al *graffiti* como uno de los "géneros impuros" que traspasan fronteras culturales y estéticas y apuestan por la "hibridación", de qué modo esta tendencia se viene declinando en América Latina con el toque inequívocamente irónico y esperpéntico que caracteriza a ciertas expresiones radicadas allí. De este modo, apunta el autor argentino, la visita del Papa a Bogotá fue recibida en los muros de la ciudad colombiana con pintadas donde se leía: "Pronto viene Cristo Jesús. Vámonos" o "Dios no cumple. Ni años"; o la indignación por la crisis económica argentina de 1989 se descarga en las paredes con consignas como "Haga trabajar a su diputado; no lo reelija", "La patria no está en venta; ya está vendida", "Yankis, go home, y llévennos con ustedes" o este otro, "Argentina será dentro de poco el paraíso: vamos a andar todos desnudos", a lo que algún *hambriento* repone irónicamente en el mismo muro "¿Habrá

713 J. de Diego, *op. cit.*

manzanas?"[714]. La reciente sacudida que hizo tambalearse Argentina en diciembre de 2001 devolvería igualmente a los muros de sus calles esta proliferación de textos y pintadas escépticos y reivindicativos.

Por lo que respecta al *graffiti* que se origina en la ciudad de Nueva York, Jesús de Diego considera su nacimiento inseparablemente relacionado con el proceso traumático que se vive en esta ciudad desde finales de los sesenta y que se agudiza especialmente con la entrada de la década de los setenta: desplazamiento de las industrias hacia países empobrecidos donde los costes de producción son menores; terciarización económica, con la emergencia de un sector servicios que abarca gran cantidad de trabajos precarizados (infrasueldos, largos horarios que habitualmente incluyen turno de noche, pésimas condiciones laborales, ausencia de sindicación -a diferencia de los fuertes vínculos sindicales de la anterior industria); y crisis fiscal cuya *solución* se busca en una drástica disminución de los salarios y un incremento de la carga impositiva acompañado de la simultánea retirada del Estado de la financiación de los servicios sociales y la atención educativa, que quedan reducidos a su mínima expresión y se comienzan a privatizar y *subcontratar*.

Todo esto se traduce en una vertiginosa degradación de los guetos, que quedan plenamente marginados social y culturalmente en medio de las ciudades, al tiempo que no cesan de sufrir las ofensivas especulativas en el marco del proceso urbano que se conoce en inglés como "*gentrification*" (término para el que Luz Marina García Herrera ha propuesta la traducción de "elitización", frente a otras como "aristocratización" o "aburguesamiento" urbanos[715]). Y ello teniendo en cuenta que a dichos guetos neoyorquinos siguen afluyendo migrantes de otras ciudades estadounidenses y de multitud de países (sobre todo latinoamericanos) en busca de oportunidades de progreso económico

714 N. García-Canclini, *Culturas híbridas*, pp. 306-307.

715 L. M. García, "Elitización: Propuesta en español para el término *gentrification*", en *Biblio3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. VI, nº 332, Universidad de Barcelona, Barcelona, 5 de diciembre de 2001. Consultado en: http://www.ub.es/geocrit/b3w-332.htm (última consulta: 16 de octubre de 2006).

cada vez más escasas. No es de extrañar que este caldo de cultivo diera pie a la aparición de bandas criminales que tratan de apropiarse de parcelas de estos barrios marginados, imponiendo en ellos una fragmentación y estigmatización que vienen a sumarse a la determinada por las administraciones locales y estatales. Recordemos a este respecto el episodio del diseño de los puentes de Long Island por parte de Robert Moses expuesto en el punto 3.2.1.3.

Será en este preciso contexto en el que nazca el *graffiti* neoyorquino a finales de los sesenta, si bien su impacto se dejará sentir con toda su fuerza y (cuasi)omnipresencia ya en la década de los setenta. Sus protagonistas serán, pues, jóvenes negros y latinoamericanos, especialmente portorriqueños, que retoman críticamente sus claves culturales heredadas (de Diego destaca, en este sentido, la cultura *soul* de los afroamericanos de los años cincuenta y sesenta), las cuales han quedan claramente desajustadas ante la contraofensiva urbana emprendida por las autoridades y demás *imperativos* económicos. Ante esta situación, pues, se hace imprescindible generar "nuevas pautas de respuesta y no de adaptación, de contestación y lucha por la preservación de la identidad y no de integración y asimilación"[716], siempre apegadas al deseo de hallar alternativas de ocupación del espacio público.

Es en este punto que el investigador de la Universidad de Zaragoza considera crucial la influencia de la *cultura hip-hop*, que florece precisamente en esa época y que supone una fuente de cohesión social muy importante. Una de las claves de dicha cohesión está hondamente arraigada en el componente étnico, si bien las dramáticas carencias económicas ligadas a dicha *etnicidad* la aproximan en buena medida a la noción tradicional de "clase social", contribuyendo a consolidar "la conciencia de constituir una cultura de la pobreza". Dicha conciencia implicaría, según de Diego, "el señalamiento de la identidad como supervivencia de la propia peculiaridad en un medio urbano hostil dominado por clases superiores y discriminatorias, así como la renuncia expresa a las pautas de conformidad con la cultura blanca protestante y

716 J. de Diego, *op. cit.*

anglosajona dominante"[717]. Tal imbricación esencial de esta *escuela* de *graffiti* con la cultura de contestación que representaba el hip-hop en el contexto de la turbulenta ciudad de Nueva York de la época es subrayado igualmente por otros diversos autores que han analizado estas manifestaciones:

> Durante los años setenta se desarrolla en el ámbito suburbano de los guetos de Nueva York la cultura hip-hop en un movimiento global de desintegración de la tradicional cultura *soul* de la población negra. Por otro lado la llegada masiva durante los años cincuenta y sesenta de población inmigrante de origen caribeño y sudamericano sumó al panorama cultural y social de Nueva York un potente factor de distorsión y aceleramiento de los procesos formativos de una cultura definida del gueto [consistente en] el conjunto de prácticas y estrategias cotidianas en el ejercicio de las relaciones socio económicas en el ámbito urbano. Pese a sus diferencias en origen [...] ambos grupos humanos, y especialmente los miembros más jóvenes de estas comunidades, sujetas a la ruptura de los mecanismos de control social y de herencia cultural tradicionales, convergieron en el mismo escenario, la ciudad de Nueva York, y en el tiempo, los primeros años setenta, para conformar un movimiento cultural de múltiples características y aspectos expresivos.[718]

> Este proyecto se refiere a un específico género de *graffiti* que emergió a finales de los sesenta / comienzos de los setenta en la ciudad de Nueva York -un fenómeno conocido como el movimiento de *graffiti* hip-hop: un complejo y altamente formulado método de inscripción en el paisaje urbano. El término hip hop, que abarca manifestaciones como el rap, la música pinchada por *DJs*, el *break dance* y el *graffiti*, emergió en el gueto de Nueva York como expresión de la empobrecida juventud de la ciudad hasta

717 *Idem*.

718 U. Hannerz, *Soulside. Inquiries into Ghetto culture and Community*, Columbia University Press, Nueva York, 1969, p. 302, citado en *idem*.

> adquirir plena carta de naturaleza cultural durante los años ochenta. [Dentro de esta subcultura] el *graffiti* emergió con fuerza propia, fusionándose gradualmente en su ecuación y extendiendo sus alas desde sus raíces en Nueva York hasta influir en otras ciudades estadounidenses y del resto del mundo. El *graffiti* puede ser considerado como una forma artística de resistencia a la autoridad y, al mismo tiempo, como un medio de expresión y vinculación con su propia subcultura.[719]

Tan acusado sentido de pertenencia a un grupo marcado por la *segregación material, urbana y simbólica*, unido a lo que de Diego califica como "una vocación panurbana e internacional manifiesta" que lleva a estos dibujantes a abrirse a los jóvenes de todos los rincones que visitan sus barrios, estarán en la base de la vertiginosa expansión de esta forma de expresión que, de estar circunscrita a los guetos de Nueva York, se extiende a otras ciudades como Nueva Jersey, San Francisco o Chicago, y a países europeos como Holanda y Gran Bretaña[720].

Pues bien, tan sólo tres años después de que Donald Janson publique en el *New York Times* del 21 de julio de 1971 el primer reportaje acerca del *graffiti*, en el que cuenta la historia del dibujante bajo el apodo (lo que en inglés llaman "*tag*") de Taki 183[721], el filósofo Jean Baudrillard examina lúcidamente esta expresión urbana (incluída su represión brutal por las autoridades) en el artículo "*Kool Killer. Les graffiti de New York ou l´insurrection par les signes*"[722]. En él este autor parte de una concepción de la ciudad que revela la coexistencia en ella de un proceso de homogeneización que trata de suprimir las contradicciones con propósitos de *pacificación social* y de una tremenda

719 P. Dennant, "Urban Expression... Urban Assault... Urban Wildstyle...New York City Graffiti", en *Artcrime/Online/Internet*, 1997.
http://www.graffiti.org/faq/pamdennant.html (última consulta: 16 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

720 J. de Diego, *op. cit.*

721 D. Janson, "TAKI 183 Spawns Pen Pals", en *New York Times*, Nueva York, 21 de julio de 1971.

722 J. Baudrillard, "Kool Killer. Les graffiti de New York ou l´insurrection par les signes", en *Papers. Revista de Sociología*, nº 3, Barcelona, 1974, pp. 27-38.

agudización de la discriminación y segregación urbanas mediante la extensión a dicha ciudad de los mecanismos de control y vigilancia que antaño quedaban confinados al espacio de la fábrica:

> La ciudad, lo urbano, constituye al mismo tiempo [...] un espacio-tiempo de la indiferencia y de la profundización de las diferencias. [...] Existe una expansión horizontal y vertical de la ciudad [...] pero también hay una tercera dimensión de la economía política -aquella de la forma signo, del acoso, la zonificación (*quadrillage*) y el desmantelamiento de toda socialidad por medio de los signos. [...] Hoy la fábrica, en tanto que modelo de socialización por el capital, no ha desaparecido sino que cede su lugar, en la estrategia general, a la ciudad entera como espacio del código.[723]

Frente a esta "semiocracia", Baudrillard se deja llevar por la "tentación" de estimar esencial cualquier manifestación urbana que plantee una resistencia y dislocación de dicha zonificación, destacando especialmente entre ellas la de los *graffiti* que florecen en los muros de los guetos, pero también en el metro y los autobuses públicos, en los ascensores y en los monumentos, de Nueva York. La primera característica que el pensador francés destaca de estas pintadas, paradójica sólo en una lectura superficial, es el hecho de la nula importancia que en ellas posee la presencia de un *contenido* político (ni tampoco escatológico o pornográfico), primordial en las manifestaciones mencionadas previamente: "no se trata más que de nombres, apelativos a menudo sacados de cómics *underground* [...], seguidos del número de la calle [donde vive el autor] o de una cifra en números romanos, índice de filiación o de dinastía"[724]. Junto a ello señala el filósofo la preeminencia entre sus autores de jóvenes negros y portorriqueños provenientes de los guetos, así como la extraordinaria "violencia" y velocidad de mutación de esta corriente pictórica en sus escasos años de existencia.

Ahora bien la clave distorsionadora de esta forma de expresión

723 *Ibid.*, pp. 27-28. (La traducción es mía).
724 *Ibid.*, p. 30.

remite inequívocamente, según Baudrillard, a la problemática del *territorio*. De esta forma, la ausencia de elaboración sintáctica, política y poética, así como el empleo de nombres que apelan a barrios o a "tribus" urbanas, que son escogidos precisamente en tanto que cualquiera puede echar mano de ellos (lo que el autor interpreta como una renuncia a la propiedad privada y a la autoría modernas en favor de un "*anonimato colectivo*"[725], a la manera de los citados "nombres múltiples"), constituyen elementos cruciales que habilitan al graffiti a

> salir de la combinatoria de los términos, no para reconquistar una posición determinada, una identidad imposible, sino para devolver la indeterminación contra el sistema que se la impone [...] en tanto que *significantes vacíos* [los *graffiti*] irrumpen en la esfera de *signos plenos* de la ciudad, los cuales disuelven mediante su sola presencia. Ellos reterritorializan el espacio urbano descodificado y [...] exportan el gueto a todas las arterías de la ciudad.[726]

De hecho, los únicos precedentes que Baudrillard encuentra de tal forma de resistencia a gran escala contra el disciplinamiento y control simbólicos son los de los propios carteles, pintadas e inscripciones de mayo del 68, que el filósofo francés designa ya como "*détournement* total del muro como significante de la zonificación terrorista y funcional del espacio"[727], y la manipulación *yippie* de la televisión y de los *media* en general (si bien en este caso, matiza, sólo en el ámbito de los contenidos). Más allá de ellos, no obstante, los *graffiti* representan para Baudrillard una ofensiva política sin precedentes, ante la que las autoridades neoyorquinas reaccionan *proporcionalmente*, no sólo imponiendo severas penas a sus autores (incluído el encarcelamiento), sino ¡llegando a prohibir la propia toma de fotografías de dichas pintadas![728]. Dicha represión responde no sólo a su fabulosa expansión y omnipresencia en la ciudad de Nueva York, sino sobre todo al hecho de

725 *Ibid.*, p. 31. (La cursiva es mía).
726 *Ibid.*, pp. 31-32.
727 *Ibid.*, pp. 32-33.
728 *Ibid.*, p. 37.

que los *graffiti* representan, a diferencia de las rígidas organizaciones revolucionarias clásicas, una alternativa de insurrección que, tras la represión de las recientes revueltas y disturbios de los guetos, se orienta hacia lo que el autor francés contempla como "el verdadero terreno estratégico, el de la manipulación total de los códigos y de las significaciones":

> por primera vez los *media* han sido atacados en su misma forma, es decir, *en su modo de producción y difusión*. Y esto precisamente porque los *graffiti* carecen de contenido, de mensaje. Ello procede de una suerte de intuición revolucionaria, a saber, que la ideología profunda ya no funciona en el ámbito de los significados políticos, sino en el de los significantes -y que es ahí donde el sistema es vulnerable y por donde debe ser desmantelado. [...] De esta forma, los *graffiti* rehacen la *corporeidad* de los muros y paredes de la ciudad, o de las líneas de metro y autobús [...], todos ellos erogeneizados por la escritura como el cuerpo puede serlo por la inscripción primitiva del tatuaje. [...] Al tatuar los muros, Supersex y Superkool los liberan de la arquitectura y los devuelven a la materia viva, social, al cuerpo dinámico de la ciudad. [729]

Jesús de Diego, en su estudio sobre el *graffiti* hip-hop, coincide plenamente con estas tempranas apreciaciones de Baudrillard al subrayar la capacidad evolutiva sin precedentes de esta forma expresiva; su tremenda incidencia "en la formación de las estéticas urbanas en los espacios públicos"[730], con especial atención a la distorsión de los elementos e imágenes procedentes de los *mass media*; así como su vertiginosa implantación en todos los rincones de la ciudad, superando no sólo la férrea persecución policial y judicial, sino la propia delimitación de microfronteras (en ocasiones no menos severas) por parte de las bandas criminales que surgen en los propios guetos. En este sentido, de Diego se apresura a alertar ante la tendencia de ciertos periodistas ansiosos por generar pánico social a atribuir a estas pintadas

729 *Ibid.*, pp. 33 y 36. (La cursiva es mía).
730 J. de Diego, *op. cit.*

oscuros sentidos de marcaje de territorio entre pandillas criminales. Tal visión alarmista contrasta sobremanera con la relación "dialógica y dialéctica" que el investigador de Zaragoza identifica que los *graffiteros* mantienen con su entorno (entendido ampliamente) y, más aún, con el *nomadismo* que entraña el hecho de que no se dejen confinar en un lugar *exclusivo*: Provenientes de barrios marginados, estos jóvenes se empeñarían más bien en aquello que Baudrillard ha definido como la "exportación del gueto" a todos los rincones de la ciudad.

Finalmente, de Diego concluye su estudio señalando una serie de características fundamentales del *graffiti* hip-hop de las que destacaré aquellas que poseen una relación más íntima con la distorsión comunicativa que nos ocupa. La primera de ella alude a la *doble función comunicativa* propia de esta manifestación pictórica: Por un lado, la correspondiente a una "puesta en escena en el espacio público" que trata de atraer la mirada del espectador urbano mediante la búsqueda de la visibilización óptima y el empleo de contrastes cromáticos y formas innovadoras y sorprendentes; por otro lado, la función correspondiente a la *comunicación interna* dentro del colectivo cultural productor, que implica la consideración del *graffiti* como "una forma de expresión participativa, dialógica e interactiva"[731] cuya limitación a grupos restringidos (en ocasiones sólo los propios dibujantes) no es tanto intencional como impuesta por las circunstancias represivas. Otro rasgo que interesa remarcar es su radical *publicidad*, esto es, la decidida e incesante apropiación del espacio público como el escenario cardinal de la vida cotidiana sobre el que volcar su voluntad expresiva. La tercera de dichas características es la ilegalidad, la transgresión y el desafío. En cuanto a la primera, de Diego se cuida en puntualizar que no supone una opción directa, ni mucho menos *per se*, sino una suerte de *daño colateral* derivado de la prohibición estricta de manifestarse en cualesquiera emplazamientos públicos. Por lo que se refiere a la transgresión y el desafío, vienen aparejados íntimamente a los propios fundamentos de resistencia y de contestación sociales característicos de la corriente cultural en la cual emergen, el hip-hop:

731 J. de Diego, *op. cit.*

> El *graffiti* se conforma como un discurso alternativo, no controlado y difícilmente asimilable *por la misma característica dialógica y de obra abierta* que señalábamos con anterioridad. Si su carácter dialógico resultaba ya subversivo, su misma ubicación, superadora del marco donde la obra de arte se autolimita desde el Renacimiento, su inadecuación y su cualidad omnipresente responden a cualidades comunicativas y de planteamiento de estéticas nuevas y no aceptadas.[732]

Otra característica que resulta altamente sugerente para nuestro estudio de la distorsión comunicativa tal y como la venimos definiendo es el de la *intertextualidad* e *intericonicidad*, que se sirve libre y audazmente de toda una serie de textos e imágenes distribuidas masivamente por los medios de comunicación y recombinadas por estos dibujantes en sus creaciones itinerantes por la ciudad. En este sentido el *graffiti* ha de inscribirse en una constante creativa de la cultura del hip-hop que se manifiesta igualmente en el campo musical con los no menos polémicos *samplings* y remezclas de raperos y *disc jockeys*, los cuales están en la base de los posteriores experimentos de *audio collage*, como los citados de Negativland en los años ochenta:

> El *sampling* se conforma como un mecanismo intertextual libre, sin método preciso y que sólo puede responder a la necesidad de reelaboración semántica (mediante la variación de las constantes pragmáticas en la utilización de imágenes, sonidos, discursos textuales, etc.) de elementos culturales preexistentes y que pertenecen a la cultura de masas [...] *El signo utilizado, sampleado, es desposeído de sus propiedades semióticas e incluso estéticas merced a un variable (en su complejidad) proceso de distorsión*.[733]

El último de los rasgos que destaco de la caracterización del *graffiti* hip-hop realizada por Jesús de Diego es el de la "superación de la dicotomía arte/expresión", así como la consiguiente expansión global de

732 *Idem*.
733 *Idem*. (La cursiva es mía).

dichas prácticas. De esta forma, en un planteamiento que casa muy bien con la incomodidad y el desajuste ante las clasificaciones *artísticas* característicos de los *tactical media*, este tipo de manifestaciones culturales escapan, por sus propias condiciones productivas y por su naturaleza desafiante en el espacio público, tanto a la valorización económica como a la asimilación hegemónica (incluída la museística que, pese a variados intentos, casi nunca ha logrado sacar a los *graffiteros* de las calles). En este sentido, podríamos contemplar el *graffiti* como una de las manifestaciones más claras de la *perruque* en el ámbito de la "semiocracia" de la *ciudad-fábrica* que describe Baudrillard, al menos por lo que respecta al rechazo y el silenciamiento que provoca por igual entre los más dispares sectores institucionales, mayoritariamente incapaces, como señalaba Anteby, de incluirlo en sus patrones discursivos y estéticos clásicos: "La representación de la propia cultura, la apropiación simbólica del espacio público urbano y la creatividad convertida en una forma soterrada de resistencia y militancia se convierten en los factores principales a tener en cuenta en el *graffiti* actual"[734].

Por lo que concierne a la dimensión global de estas manifestaciones, de Diego la vincula directamente a la ausencia de individualismo autorial (en virtud de aquel "anonimato colectivo") y a la marcada naturaleza dialógica de esta expresión que se observa, se aprende, se practica y se comparte de forma *colectiva*:

> La característica eminentemente internacional de la cultura hip-hop resulta todavía más evidente en el mundo del *graffiti*, el cual basa buena parte de su actividad en los intercambios humanos y de información entre escritores de diferentes ciudades y países [...] La riqueza de estas aportaciones no es sino el resultado de un diálogo continuado e intenso entre los escritores de *graffiti* y entre éstos y la sociedad en la que viven.[735]

734 *Idem*.
735 *Idem*.

4.2.5. *Billboard Liberation Front*

> En el principio fue el Anuncio. El Anuncio era llevado al consumidor por el Publicista (*Advertiser*). Deseo, autoestima, autoimagen, ambición, esperanza; todos tienen su génesis en el Anuncio. Mediante el anuncio y la intención del Publicista formamos nuestras ideas y aprendemos los mitos que nos convierten en las personas que somos. [...] Por estas razones el *Billboard Liberation Front* declara enfáticamente [...] que Anunciarse es Existir. [...] Nuestro objetivo último no es otro que una valla personal y singular para cada ciudadano. Hasta ese glorioso día para la comunicación global en que cada hombre, mujer y niño puede gritar o cantar al mundo [...] desde su propio tejado [...] continuaremos actuando con todas nuestras energías para incitar a las masas a usar cuantos medios sean necesarios para requisar los *media* existentes y alterarlos según su propio diseño. Cada vez que cambias un Anuncio, tanto si escalas a la valla y lo cambias físicamente como si no, cada vez que improvisas el mensaje, estás ordenándote en el Alto Sacerdocio de los Publicistas.[736]

La historia del "bandidaje" de vallas publicitarias, más allá del simple destrozo, emborronamiento o blanqueo (uno de estos *bandidos*, Pedro Carvajal, cuenta cómo el Reverendo Calvin Butts y otros religiosos de Harlem se dedicaban, junto a los chicos del barrio, a pintar de blanco las vallas que anunciaban tabaco y alcohol, como forma de protesta por la estrategia de *marketing* de las empresas del sector, especialmente incisivas en las zonas más empobrecidas de la ciudad[737]), comienza en septiembre de 1977 cuando Gary Warne y Adrienne

736 Billboard Liberation Front, "The Billboard Liberation Front Manifesto", http://www.billboardliberation.com/manifesto.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

737 L. Prothers, "Culture jamming: An interview with Pedro Carvajal", en *Bad Subjects*, nº 37, marzo de 1998. Consultado en: http://eserver.org/BS/37/prothers.html%20http://eserver.org/BS/37/prothers.html (última consulta: 14 de octubre de 2006).

Brunk[738], del *Suicide Club* de San Francisco (un grupo de inquietos californianos que toman su nombre de la historia homónima de Robert Luis Stevenson), organizan un encuentro llamado "*Enter the Unknown*" ("Entra en lo desconocido"). A él acuden veinticuatro personas más, incluído un joven de diecinueve años llamado Jack Napier. Todos ellos son llevados vendados hasta una carretera del interior de la ciudad y engatusados para escalar hasta el techo de una fábrica. Allí se encuentra una enorme valla publicitaria de dos caras con sendos anuncios idénticos de la empresa de cosméticos Max Factor, donde se lee: "*Warning! `A pretty face isn't safe in this city´. Fight back with Self Defense, the new moisturizer by Max Factor*" ("¡Aviso! `Una cara bella no está segura en esta ciudad´. Contraataca con *Self Defense*, la nueva crema hidratante de Max Factor").

Una vez llegados arriba, Warne les plantea el *juego* que propone su particular club: Inventar posibles cambios que operar en las dos vallas y elegir los dos mejores para llevarlos a cabo. A varios metros del suelo, este pionero del "*billboard banditry*" sienta los que se convertirán en los fundamentos éticos y estéticos que marcarán la brillante trayectoria del *Billboard Liberation Front* (BLF). Dichos fundamentos definen una práctica comunicativa que consiste en el "embellecimiento" o "mejora" de las vallas publicitarias que sea "profesionalmente" cuidadoso y preciso y que se guíe por el principio, avanzado por Debord y Wolman veintiún años atrás, de que el cambio más minúsculo es a menudo el más efectivo. Provenientes algunos de ellos de trabajos relacionados con el diseño y la promoción comerciales, estos *bandidos* se beneficiarán de cierta variante de *perruque* publicitaria para contar con métodos y materiales (habitualmente papel, pintura y adhesivos) que no dañen la valla y sean fáciles de quitar una vez descubierto el cambio, siempre con la idea de que no se trata de destrozar la plataforma publicitaria sino de hacer un uso democrático (y divertido) de un soporte comunicativo que les está vedado de otro modo. En este sentido, el manual que el BLF publicaría trece años después, titulado "*The Art & Science of Billboard Improvement: a comprehensive*

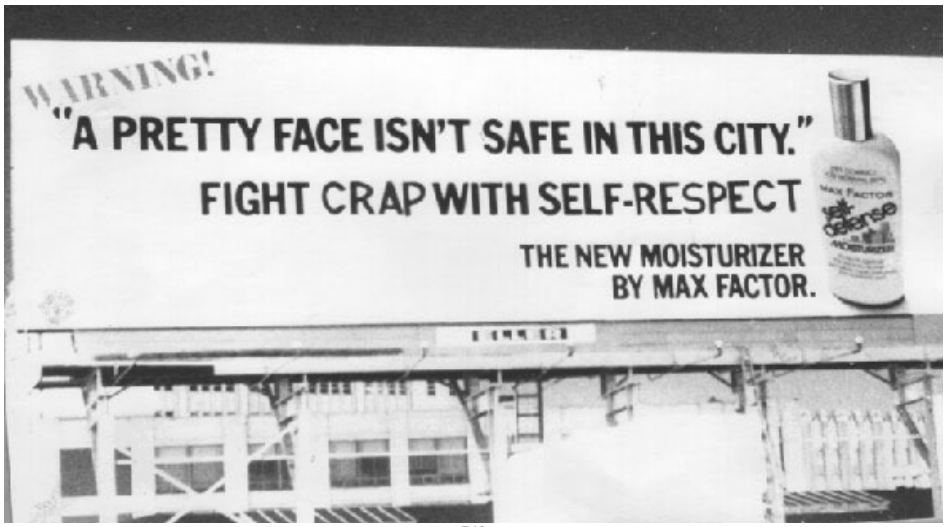
738 Los nombres son ficticios, tal y como los utilizan los implicados en su página *web*: http://www.billboardliberation.com/

guide to the alteration of outdoor advertising" ("El Arte y la Ciencia de la Mejora de Vallas: Una guía comprensiva para la alteración de la publicidad exterior") afirmará claramente:

> Lavado: Las estructuras de las vallas publicitarias son ya de por sí atractoras de basura; no pongas las cosas peor dejando en ellas tus tubos de cola vacíos, tus soportes de vinilo no empleados, tus colillas y cajetillas de cigarrillo. El liberador de vallas responsable no deja nada suyo tras de sí (ni siquiera huellas dactilares), aunque en ocasiones sí que puede dejar un paquete de seis latas de bebida bien fría a la salud de aquellos esforzados trabajadores a los que se asigne la nada glamourosa tarea de desalterar (*un-altering*) su alteración.[739]

De esta forma, aquella noche de septiembre los participantes en "*Enter the Unknown*" proponen decenas de posibles alteraciones de la valla, de las que se escogen dos como los mejores, una para cada cara. La primera transforma el mensaje original de forma que la valla reza unas horas después: "*Warning! `A pretty face isn't safe in this city´. Fight crap with Self Respect, the new moisturizer by Max Factor*" ("¡Aviso! `Una cara bella no está segura en esta ciudad´. Combate la *mierda* con *Autorespeto*, la nueva crema hidratante de Max Factor"). La segunda convierte el texto primitivo en este otro: "*Warning! `A pretty face isn't safe in this city´. Fight back with SelfAbuse, the new mutilator by Ax Factor* ("¡Aviso! Una cara bella no está segura en esta ciudad. Contraataca con *Autoabuso*, el nuevo *mutilador* de *Ax Factor* -Factor Hacha-").

739 Billboard Liberation Front, "The Art & Science of Billboard Improvement: a comprehensive guide to the alteration of outdoor advertising", en *Processed World*, nº 25, Verano/Otoño de 1990, pp. 22-26. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/guidebook.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).



740

741

740 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/max/crap.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

741 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/max/ax_factor.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

Esta primera "mejora" entusiasma a muchos de sus participantes, especialmente a Jack Napier, a quien le encanta la idea de desafiar la fortuna y el poder de las grandes empresas de EE.UU. tomando prestado sus espacios publicitarios para anunciar sus propias ideas. De esta forma, el Día de Navidad de 1977 nace el BLF, cuyo bautizo consiste en la alteración nocturna de seis prominentes vallas publicitarias en las que la marca de cigarrillos Fact había colocado un anuncio con el siguiente eslogan: "*I'm realistic. I only smoke Facts*" ("Soy realista. Sólo fumo *Facts*" -"hechos", en inglés). Vestidos con monos de trabajo falsificados de la empresa *Acme Sign* y con una amplia escuadra vigilando el fluido desarrollo de la intervención (que dura más de una hora e implica un amplio trabajo previo de toma de medidas de las letras, de muestras de color y demás, como una agencia de publicidad exterior más), los miembros del BLF consiguen que al final de la noche los paseantes y conductores de San Francisco puedan leer este otro mensaje: "*I´m really sick. I only smoke Facts*" ("Estoy *realmente enfermo*. Sólo fumo *Facts*"), con una flecha que sale de la palabra "*Facts*" y apunta al aviso médico acerca de los perjuicios del tabaco para la salud. Para entonces, además, se había incorporado al grupo un pintor llamado Simon Wagstaff, quien se encargará de elaborar comunicados de prensa *reivindicando* las "mejoras" para conseguir la mayor cobertura mediática a su labor.

742

Este interés mediático de Wagstaff se incrementa con la siguiente desviación del BLF, la cual diseña y planea él mismo para una valla publicitaria de Camel en la que aparecía a un hombre con el torso desnudo, una mujer a su espalda y el siguiente eslogan "*One of a kind*" ("Uno con clase"). El 7 de octubre de 1978 la banda se vuelve a unir para transfigurar la valla de modo que el hombre luzca un sujetador rosa que da un sentido plenamente nuevo al eslogan citado. En una entrevista concedida al diario *San Francisco Examiner* dos días después, Wagstaff explica al periodista Jeff Travis los motivos de esta "mejora" apelando a que "el hombre ha de ser retratado de modo realista. No queremos que nuestros cuerpos sean utilizados para vender coches, cigarrillos o cualquier otra cosa". Junto a ello, añade que su elección de las vallas publicitarias se basa en el simple hecho de que ellas "constituyen la única forma de publicidad que el consumidor puede mejorar"[743].

742 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/facts/facts.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

743 J. Travis, "Take 5", en *San Francisco Examiner*, 9 de octubre de 1978. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/images/turk/turk_media_1.html

744

En 1980 el BLF realiza una mejora publicitaria para otro "cliente" procedente de la industria tabacalera, Marlboro, cuya imagen publicitaria del *cowboy* les causa hartazgo (ya entonces) por caduca y repetitiva. De esta forma el 20 de abril de ese año varios componentes del BLF se encaraman (mientras el resto vigila) a una céntrica valla en la que se ve el logotipo de esta marca junto al clásico vaquero con su gorro y su cuerda al hombro. Al final de la noche, de la boca de este personaje sale un bocadillo con la palabra "*Yawn*" ("bostezo", en inglés), junto con un logotipo al que se ha cambiado la "o" final por una "e" perfectamente ajustada al tipo y tamaño de letra original, de modo que ahora se lee "*Marlbore*" (jugando con la palabra "bore", "aburrimiento", "rollo", "lata" en inglés).

(última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

744 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/turk/turk.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

745

En mayo de ese mismo año el BLF se une al *Billboard Movement* (BM) de Arnold Fleck, y comienzan a surgir imitadores en EE.UU., Sudamérica y Europa. No obstante, en 1984 la salida de Wagstaff por razones laborales precipita la separación del grupo, que permanecerá cinco años inactivo. Ahora bien, una década marcada por los gobiernos conservadores de Ronald Reagan y George Bush comienza a hacerse muy dura para buena parte de los miembros del BLF. Para colmo, el 24 de marzo de 1989 el petrolero "Exxon Valdez" encalla en la bahía de Prince William Sound (Alaska) y vierte en la zona millones de litros de crudo, provocando una catástrofe ecológica de descomunales dimensiones a la que la empresa responde con suma *frialdad*. Ante todo ello, el 8 de mayo de 1989 el BLF publica un comunicado de prensa en el que anuncia su retorno al "bandidaje de vallas", así como sus irónicos apoyo y agradecimiento a Exxon:

> En el BLF, en solidaridad con nuestros camaradas acosados

745 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/bore/marlbore.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

> e injustamente calumniados de Exxon, hemos decido desempolvar nuestros monos y retornar al campo vital de la mejora de publicidad exterior.[...] Uno de los objetivos principales del BLF ha sido siempre impulsar y acelerar el proceso de asfaltado del mundo. Porque, como todos sabemos, allí donde hay carreteras, hay vallas. Exxon y otras corporaciones contribuyen a este necesario proceso evolucionista por muchos métodos, incluído el uso de petroquímicos en la producción de asfalto. [...] Es por ello que Exxon no debería ser en modo alguno castigada por derramar millones de litros de petróleo en alguna triste bahía de Podunk, en Alaska. La filtración de petróleo constituye un acontecimiento natural (como apuntó recientemente un ejecutivo de Exxon) y, como tal, el vertido de Alaska debería ser aplaudido por todos los Americanos como un paso más en nuestro destino evolucionista actual. [...] En conjunción con el incipiente y natural "efecto invernadero", deberíamos aprovechar este acontecimiento como el comienzo de nuevas oportunidades para el desarrollo del sector inmobiliario en climas más fríos. Nosotros, desde el BLF, decimos "Pavimentemos Alaska".[746]

Esa misma madrugada el BLF había alterado seis vallas publicitarias de San Francisco en las que se anunciaba una emisora de radio con el eslogan "*HITS HAPPEN -NEW X- 100*" ("Pasando los éxitos: Nueva X-100"), en lugar del cual se puede leer ahora "*SHIT HAPPENS -EXXON*" (algo así como "Esta mierda pasa. Exxon").

746 J. Napier, "BLF Communique", 8 de mayo de 1989. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/images/shit/shit_letter.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

747

Las energías renovadas de la vuelta a la "mejora" publicitaria lleva al BLF, concretamente a su sección denominada IRANT (*Institute for the Rational Analysis of National Trends*, Instituto para el Análisis Racional de las Tendencias Nacionales), a abordar la que constituye su alteración más *conceptual*, centrada en esta ocasión no en una empresa, sino en una idea del filósofo alemán Kant, la de la "heteronomía", que marca para ellos una inquietante tendencia social que se proponen denunciar. Con este propósito tan elevado el 15 de julio de 1989 el BLF escala hasta una valla situada junto a la autopista principal de San Francisco donde se anuncia la marca de cigarrillos Kent con el siguiente eslogan: "*Kent. The choice is taste*" ("Kent. La opción es el sabor"). Tras unas horas de concienzudo trabajo los conductores quedarán convenientemente *ilustrados* con el siguiente lema alterado "*Kant. The choice is heteronimy*" ("Kant. La opción es la heteronomía"), que elucidarán así en su comunicado de prensa del mismo día:

747 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/shit/shit_happens.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

> La opción es la heteronomía. Kant lo vio claro pero tomó la opción de una generación pasada de moda. [...] ¿A quién le importa ya ser libre? El valor de la libertad ha quedado obsoleto. Ya no hay necesidad de optar individualmente en esta era en la que todas las decisiones pueden dejársele a un profesional habilidoso que está especializado en conocer cada uno de nuestros deseos y necesidades: El Publicista. [...] La comprensión del ideal de nuestra cultura posmoderna es inmanente: un mundo en el que todas las decisiones son tomadas por otro. ¡Que reine la heteronomía![748]

749

Con motivo del décimo aniversario de su fundación, el BLF prepara una nueva vuelta de tuerca en sus intervenciones para la Nochevieja de 1989. De este modo, invitan al periodista Tim Redmond,

748 I. Pflicht, "Prolegomena to any future advertising", 15 de julio de 1989. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/images/kant/IRANT_letter.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

749 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/kant/kant.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

del San Francisco Bay Guardian, a estar presente durante la "mejora" de una valla situada junto a la carretera principal de San Francisco. En ella se anuncia el casino Harrahs, con su nombre en el centro y dos paneles blancos a lado y lado en los que se especifica quiénes actuarían en sus sedes de Reno y Tahoe. Tras un laborioso esfuerzo que incluye la desconexión de las luces del panel y su posterior encendido, el BLF recibe el año 1990 con una denuncia política en toda regla, en una valla donde se ha sustituido en el centro "Harrahs" por "America" y cuyos paneles rezan, respectivamente, "*Everywhere: AIDS, Crack, the Homeless*" ("Por todas partes: Sida, *Crack* -droga muy extendida en EE.UU. en la década que acababa-, gente sin casa") y "*The White House: Don´t worry, be happy*" ("La Casa Blanca: No te preocupes, sé feliz"). Pocos días después, la Oficina de Preparación de las Vacaciones del BLF lanza un comunicado de prensa en el que expresa sus deseos para el año entrante:

> Feliz Año Nuevo, América, de parte de la Oficina de Preparación de las Vacaciones del BLF. Esperamos que ahora que han acabado los ochenta, América no olvidará la generosidad de los años de Reagan y Bush. [...] Y recuerda que si eres negro, gay o pobre, ¡es por culpa tuya! [...] América, despierta. No te preocupes. Continúa solicitando más y más créditos. Sé Feliz. Continúa comprando montones de cosas superfluas (pero necesarias). Y recuerda, ¡te lo mereces! [...] Si nuestras ciudades se hunden por las drogas, la enfermedad o la pobreza siempre puedes trasladarte a las afueras, después de todo, es un país libre. Nos vemos en los centros comerciales.[750]

750 H. Tuttle, "Happy New Year, America", 10 de enero de 1990, http://www.billboardliberation.com/dontworry.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

751

La *fama* que les reporta en los siguientes meses la amplia cobertura mediática que se desencadena a partir del reportaje de Tim Redmond[752], incluyendo el premio que la revista *Utne Reader* les concede al año siguiente como uno de los diez mejores "Héroes Mediáticos", determina que estos *bandidos* estimen aconsejable, para evitar *morir de éxito*, tomarse un retiro provisional hasta que dejen de estar en el ojo del huracán mediático.

Su vuelta a las andadas se produce, así, en 1993, a petición de uno de los cofundadores de la *Electronic Frontier Foundation*, quien, de camino a su oficina, pasaba todos los días junto a una valla anunciadora del centro comercial Hillsdale. En ella se leía el nombre de dicho hipermercado en luces de neón sobre un eslogan inscrito en la superficie del panel que rezaba "*The Beginning of Something Wonderful*" ("El Comienzo de Algo Maravilloso"). Este miembro de la EFF se llegará a obsesionar hasta tal punto con la valla que ya sólo es capaz de pensar en su alteración, la cual *encarga* a sus colegas del BLF. Será de esta forma cómo estos publicitarios proscritos se desplazan a las afueras para apagar ciertas letras luminosas hasta conseguir este anuncio genuinamente psicodélico:

751 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/dontworry.html (última consulta: 14 de octubre de 2006).

752 T. Redmond, "Free the Billboards!", en *San Francisco Bay Guardian*, 10 de enero de 1990. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/images/dontworry/dontworry_media_1.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

753

Ahora bien, el virtuosismo del BLF con el neón alcanzará el súmmum el día de Reyes de 1996, cuando dirigen su imaginación hacia tres vallas publicitarias de Camel en las que aparece su mascota, Joe Camel, con un saxofón y ataviado como un músico de jazz. Conviene aclarar previamente, para situar la "mejora" en cuestión, que la tabacalera R.J. Reynolds había accedido poco antes a la presión gubernamental que le instaba a retirar de su publicidad exterior cualquier referencia a dicha mascota, con lo cual estas vallas suponían una vuelta atrás en su decisión. Lo cierto es que, en esta ocasión, el BLF no se conformará con apagar determinadas letras de neón, sino que, por primera vez en la historia de las mejoras de vallas publicitarias, añade otras *de cosecha propia* y las enchufa al anuncio. De este modo, frente al anterior logotipo de Camel con el eslogan "*The Genuine Test*" ("El sabor Genuino"), ahora los conductores leen junto a la figura del camello la frase "*Am I dead yet*?" ("¿Estoy muerto ya?"), con lo que el BLF expresa su *apoyo* a la vuelta a la publicidad de tan *amenazada* especie:

753 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/LSD/lsd_lg.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

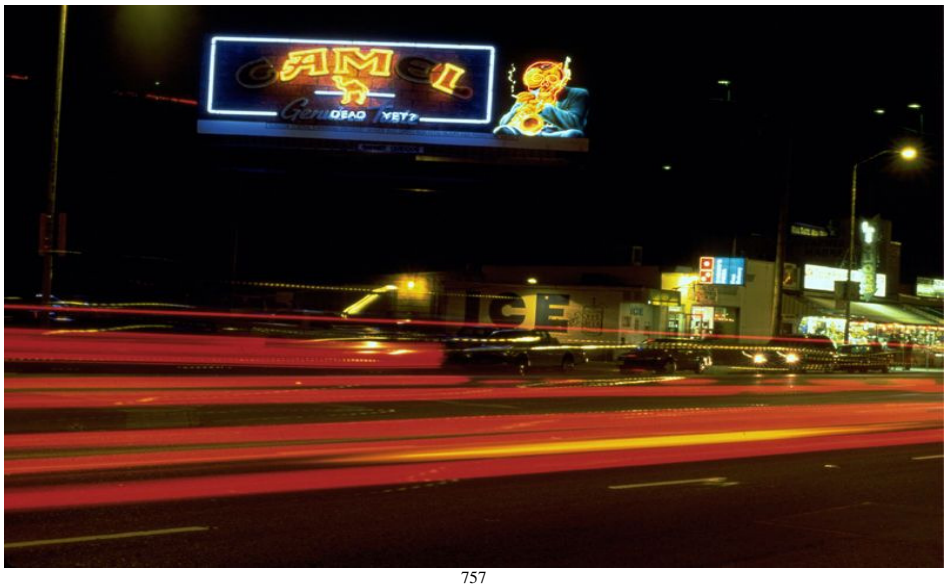
> El BLF ha emprendido esta acción como un gesto de apoyo público a los heroicos ejecutivos de R.J. Reynolds en su valerosa lucha contra las fuerzas oscuras de la opresión reguladora. De esta forma, dramatizando la situación apremiante de Joe Camel, la especie que corre mayor peligro de extinción en la publicidad exterior, expresamos nuestra indignación hacia aquellos que traman la extinción de Joe y proclamamos vigorosamente nuestra solidaridad con RJR en su audaz batalla por mantener con vida a tan querido icono cultural.[754]

Vista de la valla antes de la "mejora"[755]

754 BLF, "Joe Camel Special Communique", 26 de enero de 1996. Consultado en: http://www.billboardliberation.com/images/deadyet/deadyet_pr_1.html (última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

755 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/deadyet/cameldaytime_lrg.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

756



757

756 Extraída de:
http://www.billboardliberation.com/images/deadyet/camelnight_lrg.jpg
(última consulta: 14 de octubre de 2006).

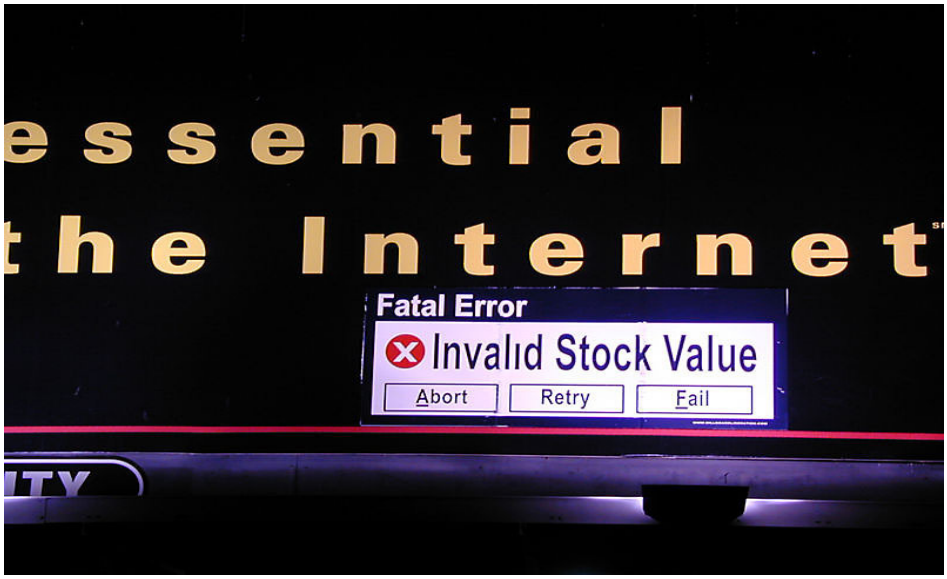
757 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/deadyet/camel_car_lrg.jpg

Concluye este repaso de la trayectoria del pionero y más importante grupo de *billboard banditry* con una última actuación que estimo altamente significativa para calibrar la ambición, creatividad y sutileza crítica de este colectivo. Y es que en noviembre de 2000, mientras la burbuja de las empresas denominadas "punto.com" comienza a desinflarse a velocidades de vértigo y estas incrementan su inversión publicitaria de manera más que directamente proporcional a la caída de su valor en la Bolsa, el BLF decide llevar a cabo una campaña de espíritu eminentemente esclarecedor. De este modo el 19 de noviembre de 2000 el BLF se desplaza hasta la autopista US-101 a su paso por Silicon Valley y "mejora" nada menos que trece vallas de empresas punto.com mediante el añadido de los tristemente célebres mensajes de error informático, en los cuales les ajustan las cuentas a las empresas nacidas del *boom* tecnológico con el texto: "*Fatal Error -Invalid Stock Value -Abort/Retry/Fail*" ("Error fatal -Valor bursátil inválido -Abortar /Reintentar/Quebrar"). El comunicado de prensa que envían al día siguiente no puedo ser más contundente:

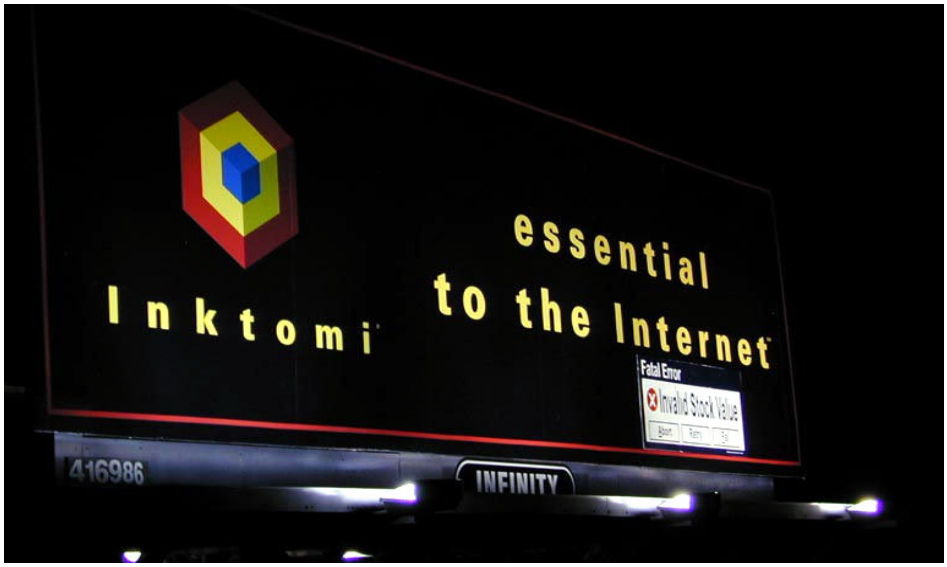
> EL BLF anunció una enorme ofensiva de mejora publicitaria, reivindicando la heroica modificación de trece vallas publicitarias de gran formato en Silicon Valley a lo largo de la autopista US-101 [...] Los clientes "pro-bono" de esta campaña fueron todos compañías tecnológicas, centrándonos en el sector de las muy calumniadas y en peligro empresas "*dot-coms*". [...] No dejaremos que la burbuja de Internet estalle ante nuestros ojos [...] Se trata de una burbuja muy robusta, si bien temporalmente falta de gas. El hecho es que estas compañías están drásticamente infravaloradas y era necesario que el público inversor se percatara de ello.[758]

(última consulta: 14 de octubre de 2006).

758 BLF, "The Billboard Liberation Front `dot-comments´ on the New Economy", 20 de noviembre de 2000. Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/invalid/invalid_pr_1.html
(última consulta: 14 de octubre de 2006) (La traducción es mía).



759

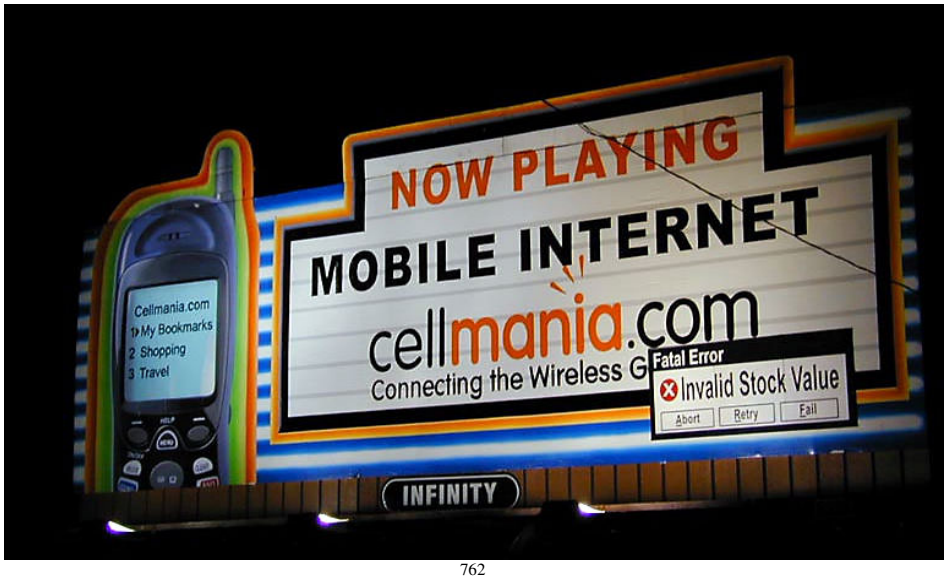


760

759 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/essential_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

760 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/inktomi_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

761



762

761 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/egain_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

762 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/cellmania_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

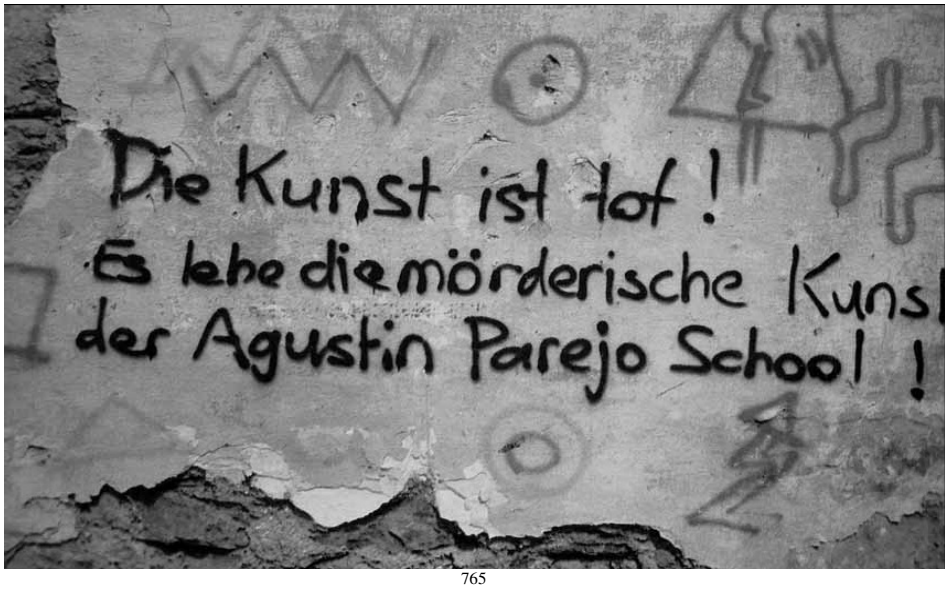
763

764

763 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/contentville_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

764 Extraída de: http://www.billboardliberation.com/images/invalid/eforce_md.jpg (última consulta: 14 de octubre de 2006).

4.2.6. Un referente malagueño: Agustín Parejo *School & co.*



765

Para concluir este repaso por diversos referentes históricos de la distorsión comunicativa, una experiencia radicada en Málaga puede contribuir a acercar estas prácticas a contextos que nos son conocidos y a reconocer la herencia que nos han legado las prácticas de colectivos artísticos de esta capital. Este retorno a lo local después de un recorrido que nos ha llevado desde el cabaret Voltaire de Zurich en Gran Guerra a mayo del 68 y la revuelta de los guetos estadounidenses resulta, amén de su interés intrínseco, una verdadera exigencia si de estudiar al grupo de artistas llamado Agustín Parejo *School* (APS) se trata. Y es que este colectivo, nacido en 1981 y compuesto de once miembros *estables*

765 Extraída de: E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga: Modos de la producción artística colectiva en España. 1980-2000", en AA.VV., *Desacuerdos 1*, p. 154, http://www.arteleku.net/4.0/pdfs/1969.pdf (última consulta: 17 de octubre de 2006).
La traducción de esta pintada, que incluyo más por corrección académica que porque realmente la APS pretendiera que alguien no germanófilo la entendiera, sería: "¡El arte ha muerto! ¡Viva el arte asesino de la Agustín Parejo *School*!".

(Moreno, Sebastián, Antonio, Pedri, Mickey, Roge -Rogelio López Cuenca-, Compare, Paqui, J. Antonio, Pepe y Eduardo)[766], está inseparablemente vinculado, ya desde el propio nombre con el que es bautizado (Agustín Parejo es una calle del popular barrio malagueño de la Trinidad en la que vivían algunos de los integrantes del grupo), a la ciudad de Málaga, a la que Esteban Pujals define en su artículo "Po-ética de la renuncia" del siguiente modo tan agudo y ajustado a la actividad de la APS:

> Málaga -capital de la Costa del Sol-, la ciudad española de crecimiento más acelerado, de urbanismo catastrófico, ecológicamente arrasada, con todos los problemas de una gran ciudad moderna y ninguna de sus soluciones; Málaga, paradigma de la africanidad de España (Málaga, capital del Gran Magreb, pintaba APS en 1982) y de su europeización/otanización inminente quieras que no...[767]

Así pues, la actividad de este peculiar colectivo, pionero en el panorama español del llamado "activismo artístico", va a estar permanente e íntimamente apegada al terreno geográfico, social y cultural que habitan, con una afinada sensibilidad para explorar (y explotar) el potencial creativo y crítico presente en el habla, las costumbres y los comportamientos de sus vecinos, en la visibilidad de los muros, en la disposición de las calles, en la penetración de discursos políticos, artísticos o culturales, en definitiva, en todas las formas de la *vida cotidiana* que quedan a su alcance:

> Que para Agustín Parejo School el arte era la vida salta a la vista de cualquiera que pretenda elaborar un inventario, registro, calendario o historial de la frenética actividad que desarrolló el grupo en su recorrido por el tiempo. Tan memorables como efímeras, las acciones, propuestas, proyectos y elucubraciones de Agustín Parejo School ofrecen desde la perspectiva de hoy una singular resistencia

766 E. Pujals Gesalí, "Po-ética de la renuncia. Agustín Parejo School", en *Arena*, nº 3, Madrid, junio de 1989, p. 63.
767 *Ibid.*, p. 62.

> a la separación de los contextos de espacio y tiempo, y de la casuística de las circunstancias interpersonales sin las que en la mayoría de los casos resultan incomprensibles.[768]

Otra constante que caracterizará sus más de diez años de trayectoria, y que marca una nueva coincidencia con buena parte de los discursos estética que venimos repasando, es su radical crítica de la concepción burguesa del arte en general y, más particularmente, de lo que Pujals califica como "la institucionalización religiosa del arte en la España postfranquista"[769]. Tal crítica ha de entenderse, además, en el contexto social de desencanto hacia la transición ya a comienzos de los ochenta, así como de desmovilización y fractura de los movimientos democráticos de base, que en esta época quedan ya ampliamente absorbidos o debilitados por la burocratización política impulsada por los grandes partidos e instituciones, todo lo cual determinará el escepticismo y resabio de las intervenciones de este grupo. Volviendo en cualquier caso a sus ataques al arte que se asienta en España a comienzos de la década de los ochenta, la APS constituye uno de los escasos colectivos que alerta tempranamente sobre la deriva a la que este es conducido desde diferentes instancias. En este sentido, denuncian lo inaceptable y anacrónico que resulta para ellos que, en pleno final del siglo XX, los artistas "profesionales" que surgen de la transición insistan en sacralizar la *individualidad* autorial (con todas sus apelaciones al genio, la sensibilidad o la inspiración) frente al trabajo colectivo (cimentado en códigos, intercambios, conexiones); la *especialización* frente a la ruptura de fronteras disciplinares y los primeros experimentos pioneros en un aún rústico *multimedia*; y la obra acabada (y *bien* acabada) frente al acento en los procesos de producción y en la imbricación *sucia* con la vida cotidiana y con unas coordenadas espacio-temporales concretas. Y todo esto, además, en el convencimiento de que la consecuencia lógica y fatal de tal concepción artística conducirá en última instancia a la conformidad y al alineamiento con el poder político y mercantil frente a la experimentación, la subversión y, en definitiva, "la vida": "Y es que el/la artista profesional está (y lo sabe) en el bando

768 E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga", p. 153.
769 E. Pujals Gesalí, "Po-ética de la renuncia. Agustín Parejo School", p. 62.

del arte frente al de la vida: `cambiar el arte para que no cambie la vida´ es consigna implícita muy bien conocida ya de los historiadores del arte de nuestro siglo"[770].

He aquí, pues, las premisas sobre las cuales la APS desplegará su prolífica actividad en Málaga (y algunos puntos cercanos, incluyendo la Expo de Sevilla de 1992), la cual abarca *graffiti*, *fanzines*, panfletos y material gráfico variado, experimentos y regrabaciones musicales, cerámica, *collages*, video, poesía, "diseño de ropa semiotizada (*Wear a poem*)"[771], *performances*, una línea de ropa de cama e incluso cuadros y exposiciones pictóricas. Según Esteban Pujals, la clave que dota de coherencia a tan ecléctica y variopinta actividad artística es "el énfasis en una visión expandida del trabajo estético `fugada´ con respecto a la territorialización convencional del arte [y en] una apropiación generalizada de todo tipo de género, de medio o de discurso"[772]. Junto a ello, no ha de obviarse la clara conciencia que este colectivo posee acerca del papel decisivo que adquieren la comunicación y la producción simbólica (dedicándole una atención especial a los discursos mediáticos), lo cual lo empuja a sondear nuevas formas expresivas que le permitan combinar poética y política. En este sentido, Pujals destaca la revitalización que la APS emprende del *détournement* situacionista, que ellos redefinen en términos de "reciclaje" u "ocupación" de la tradición cultural pasada en pos de lo que califican como "contagio" artístico al alcance de todos[773].

En cuanto al contenido de sus obras, en las que siempre está presente la voluntad provocadora y hasta simplemente incordiante, el autor de "El arte de la fuga" enfatiza una serie de ejes temáticos recurrentes en estos artistas, siempre oscilando entre la pulla política sarcástica y el desvelamiento resabiado de "las costuras en la pantalla de la *versión castiza de la sociedad del espectáculo*":

770 *Ibid.*, p. 63.
771 *Ibid.*, p. 62.
772 E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga", p. 154.
773 *Ibid.*, p. 153.

> los efectos surrealistas a los que en ocasiones dio lugar la monomanía europeísta, la gestualidad hilarante a la que tendía el empeño en construir un discurso nacionalista andaluz, la autocomplacencia oportunista que siempre emanó de la insistencia *ad nauseam* en la calidad de vida de los españoles al margen de las políticas estatales o el vertiginoso olvido por parte de los políticos de la izquierda de programas económicos y resoluciones políticas que en el plazo récord de un lustro se esfumaron con las hoces, los martillos y todos los demás signos de una identidad obrera obsolescente.[774]

Algunos ejemplos de sus intervenciones contribuirán, finalmente, a ilustrar los aspectos que acaban de exponerse y permitirán calibrar la incidencia y originalidad de no pocas de sus propuestas. Destaquemos, así, para empezar los experimentos musicales que la APS emprende con sus grupos UHP (Uníos, Hermanos Proletarios, definido como una banda de "música maquinista proletaria") y Peña Wagneriana (cuyo tema "Ojú, qué caló", perteneciente a su LP "Hirnos -*sic*- de Andalucía", escogen los locutores de Radio 3 en el verano de 1987 como sintonía de la emisora), así como la distribución de sus regrabaciones vía postal a través de la discográfica artesanal denominada Coordinadora de parados Trinidad-Perchel. Entre las intencionadamente toscas producciones de video de la APS podemos destacar la titulada "Málaga Euskadi Da", una trasposición del nacionalismo vasco a esta "capital del Gran Magreb" que se acompaña de una publicación en papel, carteles e incluso una cinta de UHP con canciones interpretadas en euskera.

Por otra parte, una de sus *performances* más sonadas es la que, con el título de "*Caucus*" (palabra de origen indoamericano que designa en EE.UU. la etapa preliminar en la que se elige a los candidatos presidenciales), realizan en la localidad malagueña de Fuengirola. Allí desembarcará en plena campaña presidencial de 1986 la APS para presentar en sociedad a su propio candidato, Moreno. Durante esta presentación, que se acompaña de reparto de folletos, pegatinas y vítores

774 *Ibid.*, p. 155. (La cursiva es mía).

al ficticio candidato desde coches recubiertos de propaganda, el colectivo pone a disposición de cualquier partido político que lo necesite al tal Moreno y, más allá, a toda la campaña electoral orquestada en torno a él. Aseguran, en efecto, que su marcada tibieza y su ausencia de ideas y compromisos políticos la hacen susceptible de resultar "válida para cualquier partido político en cualquier circunstancia": "Moreno, el candidato, pronunciaba una perfecta parodia del discurso político espectacular, cauto en la enunciación de sus promesas, lisonjero, seductor y tan lábil en sus redundancias y banalidades como falaz en sus silencios"[775]. El grito de guerra de la APS en Fuengirola deja bien a las claras su mofa del sistema electoral de la democracia representativa: "¡Vota Moreno; vota con garbo!".

776

775 *Ibid.*, p. 156.
776 Extraída de: E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga", p. 155.

Uno de sus últimos proyectos, datado de 1992, consiste en una revisión de las vicisitudes históricas que rodean la polémica estatua del Marqués de Larios situada en pleno centro de Málaga y una propuesta de reubicación de dicho monumento acorde con ellas. De esta forma, la APS rememora, por un lado, los sucesos de la Segunda República en los que un grupo de obreros anarquistas malagueños, irritados ante la posición privilegiada de la figura de este industrial tan poderoso en Málaga, decidieron bajarlo de su pedestal (se cuenta que acabó arrojado al río Guadalmedina) y aupar en su lugar a la figura alegórica del trabajo que se encontraba previamente por debajo del prócer malagueño. Posteriormente la estatua sería devuelta a su lugar pero, ya en la transición, recibiría periódicamente baños de pintura por parte de otros malagueños a los que no agradaba su presencia. La otra cara de su proyecto consiste en la propuesta al Ayuntamiento de Málaga de una iniciativa artística para volver a bajar la estatua del Marqués a pie de calle y someterla a distintas reubicaciones en el entorno de la zona. Pese a la tajante negativa del consistorio malagueño, la publicidad que recibe el proyecto mediante su exposición detallada en el Colegio de Arquitectos de Málaga y la fabricación de multitud de objetos de uso común alusivos a él, logra que la discusión pública en torno a este monumento y a su significación para los malagueños se reavive frente a su paulatina naturalización y aceptación acríticas.

777

Ahora bien, no quedará aquí la herencia de este colectivo malagueño, pues algunos de sus miembros se reúnen de nuevo en Madrid en torno al grupo *Preiswert Arbeitskollegen* (Sociedad de trabajo no alienado), que desarrolla su actividad entre 1990 y 2000, manteniendo en buena medida los principios y formas de expresión de sus predecesores. Junto a la elaboración de plantillas con las que inundan los muros de Madrid con lemas como "El silencio de Amedo está sobrevalorado" (deformación de la frase de Joseph Beuys referida a Marcel Duchamp), "Ración de estado", "Hacienda somos tontos" o "Plan Roldán de pensiones", este nuevo grupo organiza el 18 de diciembre de 1991 en el andén de metro de Atocha la inauguración de la Galería Nómada Preiswert. En dicho evento, junto a la habitual distribución de canapés y bebidas y con el eslogan comercial "Adquiera prestigio", ponen a la venta dos vallas publicitarias de Sidra El Gaitero, convenientemente acordonadas y señaladas con un punto rojo tras encontrar a viajeros dispuestos a convertirse en sus provisionales *mecenas* (que se llevan a casa una instantánea junto a la obra escogida).

777 Foto de la exposición en el Colegio de Arquitectos de Málaga proporcionada por Rogelio López Cuenca.

778

En cualquier caso, la acción más sonada de *Preiswert* resulta aquella en la que invitan a "Tendero Luminoso", designado como *brazo armado* de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), a colaborar en la alteración de vallas publicitarias y de marquesinas promocionales de El Corte Inglés para anunciar públicamente la operación "Llegó la hora del saqueo". En dicha operación, programada para el domingo 17 de octubre de 1995, miembros de Preiswert invitan a cuantos ciudadanos encuentran de camino a El Corte Inglés de calle Preciados a entrar en el establecimiento y llevarse "puesto" cuanto puedan (como reza el folleto que elaboran para la ocasión, *firmado* por el departamento de promoción de dicha cadena), lo cual muchos de ellos realizan durante cuarenta y

778 Extraída de: E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga", p. 158.

cinco minutos con cámaras del grupo grabando todo el episodio.

Folleto de la operación[779]

Para terminar, resulta sugerente y sintética de cuanto se viene exponiendo hasta aquí la lectura de la "Nota biográfica" que *Preiswert* publica en 1993 en la revista "El Europeo". En ella el colectivo expone una declaración de intenciones absurda y deliberadamente pretenciosa (al estilo de los manifiestos Dada) en la que es posible reconocer el escepticismo, la agudeza y la concepción *recicladora* de la práctica artística y de la propia comunicación que guían las intervenciones de este colectivo:

> *Preiswert Arbeitskollegen* (Sociedad de Trabajo no Alienado) es un movimiento de masas nacido en Madrid en 1990 con el propósito de recuperar el control de los canales de comunicación que constituyen el verdadero ecosistema contemporáneo. Tal es el objetivo que *Preiswert* se ha

779 Extraída de: E. Pujals Gesalí, "El arte de la fuga", p. 157.

> propuesto para el año 2000. Precisamente porque el horizonte es la recuperación de todo el sistema comunicativo, lo que se propugna desde *Preiswert* son fórmulas mínimas, fáciles, baratas[780] de intervención que posibiliten el contagio masivo a toda la sociedad de una actividad de reapropiación de los canales y de los lenguajes. La imagen fotocopiada, el texto aplantillado, la sutil distorsión de la valla publicitaria, la recalificación, en fin, de cualquier canal de comunicación, género artístico u objeto de uso o de consumo, constituye, pues, el ámbito de la actividad *Preiswert*.[781]

780 De hecho "*preiswert*" significa en alemán "barato, económico".

781 Preiswert Arbeitskollegen, "Nota biográfica", en *El Europeo*, nº 46, Madrid, verano de 1993.

4.3. Caracterización formal: Distorsión comunicativa y modos de hacer

Al final del punto 4.1 quedó apuntada la definición de distorsión comunicativa que se maneja en esta investigación, explicitando que ella está fundamentada en la conceptualización de las prácticas englobadas en esa denominación como *modos de consumir*, al hilo de la propuesta teórica de Michel de Certeau acerca de los *modos de hacer* (*arts de faire*). Llegados a este punto, se emprende la explicación y desarrollo de tal planteamiento, declinando en el ámbito específico de la comunicación y de los productos de las industrias culturales implicados en ella los rasgos formales que el historiador francés distingue para caracterizar con precisión dichos modos de hacer.

En este sentido, de Certeau recurre a dos polos de reflexión teórica para dicha caracterización, uno que alude a las "*combinatorias de operaciones*"[782] que, en clave de *uso*, se ponen en marcha en estas prácticas; y otro que, desde una perspectiva "polemológica", se vale de la distinción entre "estrategias" y "tácticas" para dar cuenta del insoslayable aspecto conflictivo presente en dichas prácticas por las relaciones que en ellas se ponen en juego entre fuertes y débiles, esto es, entre instancias de dominación y dominados (apresurándose a aclarar que este último calificativo no implica pasividad o sumisión). A lo largo de las siguientes páginas, pues, propongo examinar las características fundamentales de la distorsión comunicativa a partir de este esquema, lo cual no implica ni subsumir en el marco general de los *arts de faire* las particularidades y diferencias específicas del consumo en el campo de las industrias culturales, ni, por supuesto, dejar de señalar e indagar las discrepancias que en esta investigación se han puesto de manifiesto con respecto a tal esquema.

782 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol 1. Arts de faire*, p. XXXVI.

4.3.1. *Usos*: Distorsión comunicativa y lectura activa

Ya en el apartado 2.5 nos acercamos a la definición de "consumo" que de Certeau plantea en la introducción al primer volumen de "*L´invention du quotidien*", dando cuenta de su consideración de aquel como una "poiética", esto es, como una invención, una creación. Veíamos entonces que dicha "producción secundaria" se insinúa silenciosa y difusamente a través de las rígidas cuadrículas sociales impuestas desde las instituciones dominantes y se opone a la "primaria" que estas llevan a cabo, "ruidosa", "centralizada" y "espectacular", desmontando su pretensión de ostentar el monopolio de dicha actividad productiva. Se ponía así de manifiesto que, más allá de las estadísticas de audiencia, de compra de periódicos o de conexiones a Internet (y más allá de quiénes sean los que dominen el proceso comunicativo) había que atender también a un aspecto sospechosamente ignorado o relegado a un plano cuasianecdótico y que de Certeau no cesa de reivindicar:

> Después de los trabajos [...] que han analizado las "mercancías culturales", el sistema de su producción, el mapa de su distribución y la repartición de los consumidores sobre dicho mapa [...] parece posible considerar estas mercancías no ya sólo como datos [...] de nuestros cálculos sino [también como] *el léxico de sus prácticas* [...] Por más espectaculares que sean, su privilegio corre el riesgo de no ser más que aparente. [...] Aquello que denominamos "vulgarización" o "degradación" de una cultura sería entonces un aspecto, caricaturizado y parcial, de la revancha que las tácticas de uso toman sobre el poder dominador de la producción.[783]

Dejando de lado, pues, la alusión al crucial componente táctico de estas prácticas, quedémonos ahora, para examinar los *usos* que la distorsión comunicativa hace de las mercancías producidas por las industrias culturales, con la referencia lingüística que de Certeau plantea al considerarlos bajo el prisma de un "léxico" con el que estos usuarios de la comunicación construirían sus otros lenguajes. En este punto el

783 *Ibid.*, pp. 52, 54, 55. (La cursiva es mía).

historiador francés asimila los usos al acto de *enunciación*, por el que los locutores operan en el campo definido de un sistema lingüístico y *lo realizan* en el *acto de habla*, se apropian de la lengua para sus propósitos, instauran en él un presente relativo a un espacio y un tiempo concretos y establecen una específica relación con respecto a su interlocutor. Junto a dicha asimilación, de Certeau recurre esencialmente al análisis de la *lectura* como una actividad en la que es posible reconocer los rasgos que definen los procesos de consumo involucrados en los modos de hacer. Tachada desde hace siglos como mera recepción de un texto dado e inmutable, ante el cual el lector estaría constreñido a la pasividad y la reproducción sin ser capaz de inscribir en él nada propio, el pensador francés apela a la plena vigencia de dicha actividad en nuestros días, y ello pese a que (y también porque) hoy determinadas teorías sobre la sociedad del espectáculo y la expansión vertiginosa de los *mass media* tornan dicha denostación de la lectura de plena actualidad. Nos encontraríamos de esta manera con imágenes apocalípticas como la de los chavales *enganchados* a su videoconsola, la del internauta pegado a su computadora o la del teleespectador alienado ante su televisor, sin que ninguno de ellos pueda intervenir en aquellos productos que consume, pues, impotente y acríticamente: "Es ahí donde nos confundimos acerca del acto de `consumir´. Pues suponemos que `asimilar´ significa necesariamente `volverse similar a´ aquello que se absorbe, y no `volverlo similar´ a lo que uno es, hacerlo suyo, apropiárselo o reapropiárselo"[784].

En este sentido, de Certeau fundamenta su concepción de la lectura como una *actividad* en las diferentes teorías lingüísticas y literarias que, a lo largo del siglo XX, se han entregado afanosamente a desagraviar y resarcir al lector como una figura crucial en la interpretación de cualesquiera textos, teorías de la que se trató de ofrecer un breve apunte en el punto 2.3. Ahora bien, antes de ocuparnos de la visión del *acto lector* que el historiador extrae de dichas teorías, resulta oportuno traer a colación un par de apuntes que, sin dejar de ser en cierto modo anecdóticos, estimo que contribuyen a poner en entredicho históricamente aquella percepción secular del lector atomizado y dócil.

784 *Ibid.*, pp. 240-241.

Comencemos por "Robinson Crusoe", la celebérrima obra de Daniel Defoe que está considerada como la primera novela inglesa y que, desde su publicación el 25 de abril de 1719, alcanzó un éxito inmediato en Inglaterra y más allá de sus fronteras, siendo traducido a numerosas lenguas y reconocida como el libro más leído de la literatura inglesa a escala mundial. En ella se narraban las asombrosas aventuras del marinero homónimo que, después de que su barco naufragara cerca de las costas americanas, fue a parar a una isla desierta donde sobrevivió durante veintiocho años. La cuestión es que Defoe optó, para dotar de más emoción al relato de estas peripecias, por el recurso narrativo de contar la historia desde el punto de vista del propio protagonista, construyendo de este modo su obra a modo de *autobiografía ficticia*. Tal recurso quedaría patente ya desde el propio título completo de la obra[785], donde, luego de una extensa descripción de las aventuras que se relatarían en ellas, Daniel Defoe concluía añadiendo tres palabras ("*written by himself*", "escrito por él mismo") que, allá por el siglo XVIII, le causarían severos quebraderos de cabeza con determinado sector de sus lectores. Y es que cuando, en medio de la inmensa fama que adquirió su libro, Defoe declaró públicamente que el tal Robinson Crusoe nunca había existido y que era producto de su invención, algunos de dichos lectores, sintiéndose engañados por el escritor, acudieron en grupo hasta la casa de Defoe y la emprendieron a pedradas contra ella[786]. De esta manera, la percepción por parte de los lectores de una *ruptura* de aquello que Philippe Lejeune ha denominado el "pacto autobiográfico" (y que implicaría que el lector se acerca a la obra presuponiendo que autor, narrador y protagonista son la misma persona que cuenta

785 "*The Life and Strange Surprising Adventures of Robinson Crusoe of York, Mariner: who lived Eight and Twenty Years, all alone in an uninhabited Island on the coast of America, near the Mouth of the Great River of Oroonoque; Having been cast on Shore by Shipwreck, wherein all the Men perished but himself. With An Account how he was at last as strangely deliver'd by Pirates. Written by Himself*".

786 Este episodio, del cual no dispongo de referencia bibliográfica precisa, fue contado por el Dr. Manuel Alberca Serrano, profesor de la asignatura Narrativa Literaria en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, durante una de sus clases a las que asistí como alumno en el curso 1999-2000.

retrospectivamente sus vivencias[787]) no fue ni mucho menos *recibida* pasiva e indiferentemente.

El segundo episodio data de finales del siglo XIX y comienzos del XX y atañe al mito literario de Sherlock Holmes, personaje detectivesco que creó el escritor escocés Arthur Conan Doyle y que apareció por primera vez en 1887 con la publicación de "Estudio en Escarlata" y de nuevo en la novela "El Signo de los Cuatro", tres años más tarde. No obstante, no sería hasta la publicación de tres series de relatos de misterio protagonizados por este simpar detective en la revista *The Strand Magazine* que Doyle ganaría una fama y un éxito comercial mayúsculos (por la última serie de doce historias le fueron pagadas al autor nada menos que mil libras). Ahora bien, pronto su sorpresa ante el impacto de unas narraciones que él consideraba claramente menores dentro de su producción literaria general, se tornaría en hartazgo y disgusto, lo cual lo condujo en 1893 a acabar con la vida de Holmes (junto con la de su adversario por excelencia, el profesor Moriarty) en su historia "*The Final Problem*", estando convencido Doyle de que el protagonista de esta literatura *ligera* no tardaría en caer en el olvido de sus lectores. De hecho, en una carta dirigida a un amigo, el autor escocés aseguraba que "no podría revivirlo aun si quisiera [...] pues he tenido tal sobredosis de él que despierta en mí una sensación como la que experimento con el paté de *foie gras*, del que una vez comí tal cantidad que todavía hoy me pongo enfermo sólo con oírlo nombrar"[788].

La cuestión es que sus lectores reaccionaron con máximas consternación y vehemencia ante la muerte de Holmes y, así, miles de londinenses comenzaron a llevar brazaletes de luto, a escribir cartas en las que, con mayor o menor delicadeza (las hubo hasta directamente amenazantes), le pedían al autor que reviviera al detective, llegando

787 P. Lejeune, *El pacto autobiográfico y otros estudios*, Megazul-Endymion, Madrid, 1994.

788 Fragmento extraído de la página *web* el que la Universidad de Stanford alberga el archivo "*Discovering Sherlock Holmes*", que forma parte de sus denominados Proyectos de Lectura Comunitaria:
http://sherlockholmes.stanford.edu/print_biography.html (última consulta: 19 de octubre de 2000) (La traducción es mía).

hasta tal punto el *colapso literario* que Doyle provocó con su decisión que la propia Casa Real británica expresó públicamente su duelo ante la muerte de Holmes y que la revista *The Strand Magazine* quedó al borde de la bancarrota al recibir veinte mil peticiones de cancelación de la suscripción por parte de sus lectores[789]. ¿En qué lugar quedan la inspiración y la autonomía del autor y, más aún, su *dominio* sobre sus impotentes lectores ante el desenlace de esta historia? Pues es bien sabido que finalmente Doyle (el *autor*) tuvo que claudicar ante las exigencias de sus *lectores* (como colectivo, y uno nada pasivo ni resignado) y resucitar a Sherlock Holmes (si bien se tomó nueve años en el ínterin) en el relato titulado "*The Empty House*" ("La aventura de la casa vacía"), dentro de la serie "*The Return of Sherlock Holmes*", que publicó *The Strand Magazine* entre 1903 y 1904.

Expuesto lo anterior, retomemos las ideas de Michel de Certeau acerca de la insoslayable *actividad* presente en la lectura, las cuales comienzan por la constatación de que la degradación y subestimación del lector resultan inseparables de una relación de fuerzas, esto es, de la proyección en los textos de la segregación entre clases presente en la sociedad. Será a partir de ella, según el autor, que será posible la aparición de lo que se denomina el "sentido literal", producto puesto en circulación por las clases privilegiadas para desautorizar y abolir la producción de sentido que escape de los límites marcados por ellas, tal y como resume Roland Barthes cuando afirma: "la abolición de la polisemia (la `claridad´) está al servicio de la ley"[790]. Si bien esto nos traslada de lleno al ámbito de las estrategias y las tácticas, conviene no perder de vista las implicaciones que sus reflexiones poseen con respecto a los usos *desviados* que se efectúan a partir de las mercancías de las industrias culturales:

> Esta ficción condena a los consumidores a la sujeción al ser desde entonces siempre culpables de infidelidad o ignorancia ante la `riqueza´ muda del tesoro así separado.

789 *Idem.*

790 R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1986, p. 314.

> [...] La utilización del libro por parte de los privilegiados [...] erige entre el texto y sus lectores una frontera para la cual sólo estos intérpretes oficiales expiden pasaportes.[791]

A tal visión de Certeau contrapone una perspectiva de análisis de la lectura que bebe de la teoría de Lévi-Strauss acerca del "*bricolage*" (producción propia del "pensamiento salvaje" que él estudia, la cual no se basaría en ningún proyecto preconcebido, sino en aquellos recursos y materiales desechados que están al alcance de la mano); de la poética de los romanceros medievales, que introducían en obras preexistentes sus propios hallazgos y variaciones procurando siempre que se ajustaran a las tradiciones literarias y los textos ya consagrados; del juego de "expectativas" (el referido "*Erwartungshorizont*") contenido en el texto y de su evolución de "monumento" a "partitura" abierta a diversas interpretaciones que plantean Jauss y sus colegas de Bochum; o también de la distinción que Barthes establece entre tres tipos de lectura, en función de la naturaleza de la actividad implicada en cada uno de ellas: lectura erótica, que se detiene a disfrutar del placer de las palabras, lectura cazadora, que se precipita hacia el desenlace sin poder esperar y, finalmente, la lectura iniciática, en la que se proyecta ya el deseo de escribir[792]. De este modo de Certeau llega a una definición de la actividad lectora como "*peregrinaje*" a través de un terreno (textual) impuesto:

> En efecto, leer es peregrinar en un sistema impuesto (el del libro, análogo al orden construido de una ciudad o de un supermercado). [El lector] inventa en los textos otra cosa distinta de la que era su "intención", los despega de su origen (perdido o accesorio) y combina sus fragmentos creando algo imprevisto en el espacio que organiza su capacidad de permitir una pluralidad indefinida de significaciones. Esta actividad "lectora", ¿está reservada al crítico literario [...], es decir, a una nueva categoría de expertos (*clercs*), o puede extenderse a todo el consumo

791 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, pp. 247-248.

792 R. Barthes, "Sur la lecture", en *Le Français aujourd´hui*, nº 32, enero de 1976, pp. 15-16, citado en *ibid.*, p. 254.

cultural?[793]

Tal perspectiva de la lectura propuesta por el autor francés enlaza en buena medida con las reflexiones que Umberto Eco pone en circulación en el ámbito de la semiótica desde finales de los años cincuenta con su "*Opera aperta*". En este sentido, es interesante recordar cómo sus originales análisis de los procesos de descodificación y su mencionada propuesta de la "guerrilla semiológica" partían de una temprana detección de hasta qué punto inciden las "condiciones extrasemióticas" (distinguiendo en ellas las circunstancias específicas de comunicación y los componentes ideológicos) en la orientación que adopten dichos procesos y de qué modo los mensajes no constituyen estructuras herméticas y unívocas, sino que se ven marcados a su vez por una constante indeterminación y apertura (su irreductible "polivalencia"): "El entrecruzamiento de las circunstancias y de los presupuestos ideológicos, junto a la multiplicidad de los códigos y subcódigos, hacen que el mensaje [...] se presente como una *forma vacía a la que pueden atribuirse diversos sentidos*"[794]. Tal concepción de la "forma vacía" resulta en buena medida asimilable a la noción de "sentido obtuso" (también llamado "tercer sentido") que defiende Barthes en "Lo obvio y lo obtuso", ya que el semiólogo francés afirma con respecto a él que se halla indefectiblemente afectado por un estado de "depleción":

> el significante (el tercer sentido) nunca se llena; está en un estado de permanente *depleción* (término lingüístico que designa los verbos vacíos, los comodines [...]); ciertamente, también se podría decir -y con la misma justeza- lo contrario; a saber, que ese tipo de significante no se vacía nunca [...]; en él, el deseo no culmina jamás en ese espasmo del significado que, normalmente, permite al sujeto reposar de nuevo en la paz de las denominaciones.[795]

Resulta muy sugerente la conclusión que Barthes extrae de esta

793 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. 245.
794 U. Eco, *La estructura ausente*, p. 129.
795 R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso*, p. 62.

definición del sentido obtuso, pues ella lo lleva a acentuar el importante *potencial político* que entrañarían las prácticas conscientemente derivadas de lo expuesto, las cuales opondrían a la tendencia predominante hacia la construcción de significación un ejercicio semiótico "que hace fracasar al sentido, ya que no se limita a subvertir el contenido; subvierte la misma práctica de sentido"[796]. Será en este sentido en el que Barthes afirmará a continuación, en una de sus célebres frases, "el problema *actual* no consiste en destruir el relato, sino en subvertirlo: la tarea de hoy consistiría en disociar subversión y destrucción"[797]. Algo que, por otro lado, ya habían adelantado los situacionistas cuando, apelando al *détournement* en su revista, planteaban como condición de partida de este "la insumisión de las palabras", entendida como imposibilidad por parte del poder (por más "cibernético" e "informacionista" que este se volviera) de fijar definitivamente el sentido de ellas, que siempre se resistirían a ser "*robotizadas*" a su servicio.

Esta misma orientación será la que guíe la trilogía "*Nova*" (que incluye "*The Soft Machine*" -1961-, "*The Ticket That Exploded*" -1962- y "*Nova Express*" -1964-) del escritor estadounidense William S. Burroughs, tal y como ha estudiado Todd Tietchen, quien intenta relacionar dichas reflexiones con el *culture jamming*[798]. En este sentido, Tietchen defiende que las "raíces" de estas prácticas que "prescinden de la necesidad de una crítica marcadamente externa y eligen sumergirse en -en lugar de huir de- la propia dinámica de producción cultural que tienen la esperanza de socavar"[799] pueden hallarse en la concepción de la literatura y, más ampliamente, de la hegemonía mediática que Burroughs defiende en la trilogía citada. Dicha concepción supondría, según Tietchen, un profundo cuestionamiento de lo que él da en denominar la "angustia de la Escuela de Frankfurt", por la que "Horkheimer y Adorno

796 *Idem*.
797 *Ibid*., p. 63.
798 T. Tietchen, "Language out of Language: Excavating the Roots of Culture Jamming and Postmodern Activism from William S. Burroughs", en *Discourse*, vol. 23, nº 3, Wayne State University Press, Detroit, otoño 2001, pp. 107-129.
799 *Ibid*., p. 117. (La traducción es mía).

rechazan las posibilidades políticas del arte -especialmente de las `artes populares´- en la sociedad occidental basándose en que cualquier estética producida masivamente es cómplice de la fórmula dominante de producción, incluso si trata de desplegar un discurso alternativo"[800].

Ante tal negativa terminante a la implicación en la dinámica de los *mass media* Burroughs propondrá como alternativa la participación masiva en lo que designa como "(re)productividad radical", por la cual incita a los lectores a reconocer y seguidamente apoderarse de las tecnologías y los canales de la comunicación masiva con el propósito de poner en cuestión los textos transmitidos por ellos de forma que sea posible liberarse de su influencia. La primera referencia clave que el autor estadounidense maneja en esta propuesta parte de su marcado interés por la *virología*. Será, en efecto, aplicando dicha virología al análisis de la producción textual de las estructuras de significación, como Burroughs llega a la conclusión de que el medio de defensa más común contra los "virus" de los medios de comunicación dominantes (en su novela, sintetizados en lo que denomina el "*Reality Script*" -"el Guión de la Realidad"- que distribuyen masivamente las "*Master Signifying Authorities*" -"Autoridades Dominantes de Significación"- a través del "*Reality Studio*" -"Estudio de la Realidad") no es otro que la *inoculación mediática*. Ella consistiría, así, en las precisas identificación y manipulación de los *gérmenes patógenos* contenidos en dicho *Reality Script*, de modo que dicha *cepa vírica* pase de desencadenar una enfermedad a proporcionar justamente la cura para ella. A partir de esta metáfora, el escritor de Saint Louis formula su segunda idea clave, la de que la puesta en práctica de la (re)productividad radical se basa en las denominadas "*cut-up strategies*" que, imitando aquella manipulación de los virus capaz de obtener remedio para ellos a partir de sus propios elementos, deconstruirían y regenerarían el *Reality Script*, asumiendo que este se basa en un sistema de signos igualmente manipulable con el propósito, en este caso, de "liberar el significante en un estado ambulatorio que desafíe las nociones del sentido determinado"[801].

800 *Ibid*., p. 108.
801 *Ibid*., p. 120.

Una vez examinados estos planteamientos que Burroughs expone en su trilogía "*Nova*", y que están presentes también en su ensayo "*The Electronic Revolution*", Tietchen define a partir de ellos los rasgos fundamentales de la "estética" del *culture jamming*. Dicha estética estaría, pues, caracterizada por una "cooperación subversiva", que no niega los elementos preexistentes, sino que los aprovecha precisamente contra las mencionadas "autoridades de significación", jugando con el reconocimiento que provocan estas *cepas* para introducir significados discordantes bajo la apariencia de los dominantes:

> El guerrillero semiológico -o "*culture jammer*"- constituye generalmente un *bricoleur* subcultural cuyo `Arte *Jam´* de motivación política se basa ampliamente en contestar nuestras prácticas dominantes de significación *sin eliminarlas*. En su papel de semiólogo, el *culture jammer* [...] se percata de que siempre hay otras posibilidades acechando tras los discursos ideológicos y de que, dado que esas posibilidades pueden quedar reveladas mediante una recomposición de los significantes, la cadena de significación ha de identificarse en sí misma como contingente y permutable, un intento [de aquellas *Master Signifying Authorities*] de *anclar* significados que, no obstante, siguen sujetos a deslizamiento.[802]

Un último apunte acerca de la concepción que de Certeau maneja sobre la actividad lectora resulta crucial para captar en toda su riqueza estas operaciones, además de situarse como precedente de la visión del consumo que hemos expuesto que defienden Martín-Barbero o García Canclini. Se trata de la referencia indispensable al *placer* que provoca en los lectores esta posibilidad de reelaboración (de *asimilación*, en el sentido en que la reivindica el investigador francés) de los textos originales en función de los propios intereses, perspectivas y deseos. La extraordinaria relevancia de esta reivindicación deriva del rechazo que hacia dicho placer han demostrado buena parte de los estudios comunicativos (y más allá de ellos, hasta el punto de que Umberto Eco llegaría a afirmar con respecto a la semiótica: "Bastaba la sospecha de

802 *Ibid*., p. 114, 118.

que uno se interesaba por la *estructura de la fruición* en lugar de la estructura del código o del mensaje para ser reo de toda clase de excomuniones"[803]). Pues, en efecto, la consideración del goce involucrado en los procesos comunicativos era considerada como un *tabú* absolutamente vedado a cualquier estudio crítico sobre estas cuestiones y al que sólo podían apelar los inconscientes o, más sencillamente, los *cómplices* de la dominación (lo cual Mattelart y Neveu atribuyen a una herencia arrastrada de la concepción marxista de los *media*[804]):

> Estas maneras de reapropiarse del sistema producido, estas creaciones de consumidores, apuntan a una *terapéutica de las socialidades deterioradas*. Queda por elaborar una política de estas astucias (*ruses*) [que] debe interrogarse también sobre lo que puede constituir hoy en día la representación pública ("democrática") de las alianzas microscópicas, multiformes e innombrables entre *manipular* y *disfrutar*.[805]

En este sentido hay que destacar también el énfasis que el investigador australiano John Fiske pone en la cuestión del placer en su obra "*Understanding popular culture*", donde plantea una distinción clara entre dos tipos de placeres opuestos, los "placeres populares" y los "placeres hegemónicos". Los primeros nacerían de la solidaridad y las "lealtades sociales" ("*social allegiances*") que se establece entre los dominados, lo cual, unido al apasionamiento y al goce presentes en ellos, lleva a las clases dominantes a considerarlos una amenaza al orden social. Ello derivaría, según Fiske, en que dichos placeres sean en adelante tachados de depravados, inmorales y pródigos para a continuación ser censurados o, las más de las veces, desplazados hacia otras manifestaciones más sumisas y controlables. De aquí nacerían, para Fiske, aquellos placeres hegemónicos, que define como "placeres de conformidad por los que el poder y su voluntad de disciplinamiento son

803 U. Eco, *La estructura ausente*, p. 395.
804 A. Mattelart y É. Neveu, *Introducción a los estudios culturales*, p. 92.
805 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. LIII.

interiorizados"[806]. De igual forma Henry Jenkins reconocerá como una importante motivación de su estudio sobre los lectores dentro de la cultura fan el disgusto y desacuerdo que provocan en él la gran cantidad de estudios sobre la cultura popular y los textos mediáticos que pasan por alto (sobre todo cuando ambicionan sublimar la crítica a los supuestos desmanes de estos últimos) el hecho de que los lectores en general, y los fans en particular (entre los cuales él se incluye desde un principio), *de hecho hallan placer* en el consumo y reelaboración de dichos textos:

> Hemos de ser cuidadosos para atender a las particularidades de las instancias específicas de recepción crítica, apropiación cultural y placer popular [...], pues son las especificidades de la experiencia vivida, y no simplemente las abstracciones de la teoría, las que iluminan el proceso de lucha hegemónica.[807]

Finalmente, volviendo a aquella *desterritorialización* a la que apelaba Martín-Barbero a finales de los ochenta, ella implicaba la restitución al placer de su plena legitimidad por considerar que a través de él se manifestaban tanto el goce como la resistencia populares. En este sentido, resulta altamente inspiradora la cita con que el profesor abulense recuerda cómo Carlos Monsiváis se interesa por aquellas "adaptaciones gozosas y anárquicas hechas por las masas al plan de dominio" como:

> la manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente [...] vivifican a su modo su cotidianidad y tradiciones convirtiendo las carencias en técnica identificatoria. [...] Las clases subalternas asumen, porque no les queda otra, una industria vulgar y pedestre y, ciertamente, la transforman en fatalismo, autocomplacencia

806 J. Fiske, *Understanding popular culture*, p. 49.
807 H. Jenkins, *op. cit.*, pp. 35-36.

> y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa.[808]

En esta afirmación de Carlos Monsiváis se entrevén, además de la mencionada visión de la lectura como actividad y también como placer de la participación en la construcción de sentido, algunos rasgos que parecen definirla con mayor precisión: satirización, sexualización, diversión y combinación de tradiciones y cotidianeidad con los productos masivos. ¿Sería posible, pues, ofrecer una caracterización mínimamente precisa del proceso de lectura involucrado en las prácticas de distorsión comunicativa? Pese a que no son demasiadas las aportaciones investigadoras que han tocado esta cuestión de modo concreto, estimo que existen ya ciertos intentos de definición referentes a otros tipos de lectura cuyos hallazgos resultan muy válidos y ajustados con respecto a la distorsión comunicativa. Antes de concluir este punto recojo brevemente los que considero más sugerentes.

El primero de estos enfoques lo constituiría la breve descripción de las singularidades de la "lectura popular" que avanza Martín-Barbero en "Procesos de comunicación y matrices de cultura". Según él, la lectura popular supone un modo de lectura distinto en la medida en que, en primer lugar, constituye un proceso de marcado carácter *colectivo*, en el que

> lo leído funciona no como punto de llegada, sino al contrario como punto de partida, de reconocimiento y puesta en marcha de la memoria colectiva que acaba reescribiendo el texto, reinventándolo al utilizarlo para hablar y festejar otras cosas distintas a aquellas de que hablaba, o las mismas pero en sentidos profundamente diferentes.[809]

Las trazas de tal proceso, tan distinta a la imagen normalizada

808 C. Monsiváis, "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", en *Cuadernos políticos,* nº 30, México, octubre-diciembre de 1981, pp. 42-43. citado en J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, p. 134.

809 J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, p. 114.

de un lector aislado y solitario, se remontarían históricamente no ya a la lectura colectiva de los relatos de la guerra que el propio profesor recuerda de su infancia en Castilla o la de los periódicos por parte de los obreros anarquistas de Andalucía del siglo XIX, sino incluso hasta los testimonios que aparecen en el "Quijote", donde se puede leer:

> Y como el cura dijese que los libros de caballerías que Don Quijote había leído le habían vuelto el juicio, dijo el ventero: -No sé yo como puede ser eso, que en verdad que a lo que yo entiendo no hay mejor lectura en el mundo, y que tengo ahí dos o tres dellos, con otros papeles que verdaderamente me han dado la vida, no sólo a mí, sino a otros muchos, porque cuando es tiempo de la siega, se recogen aquí las fiestas muchos segadores, y siempre hay alguno que sabe leer, el cual coge uno destos libros en las manos, y rodeámonos dél más de treinta, y estámosle escuchándole con tanto gusto, que nos quita mil canas.[810]

El segundo rasgo que destaca Martín-Barbero viene a rebatir la concepción del lector como silencioso e inmóvil, enfrascado en la historia, *atrapado* por ella, al definir la lectura popular como *expresiva*, esto es, aquella que constituye propiamente una práctica. De este modo, según el autor, el lector popular prescinde de cualquier clase de vergüenza a la hora de expresar las emociones que le provoca la historia leída, ora protestando, ora gritando, ora aplaudiendo, sin dejar por ello de atender al relato, sino dirigiendo hacia él lo que Martín-Barbero denomina una "escucha sonora": "Digamos de una vez que esa expresividad revela [...] la marca más fuertemente diferenciadora de la estética popular frente a la culta, frente a su *seguridad* y su *negación al goce*, en el que todas las estéticas aristocráticas han visto siempre algo sospechoso"[811]. Finalmente el profesor abulense recalca la distancia entre la "gramática de producción" y aquella otra que ponen en juego los lectores al caracterizar dicha lectura popular como "oblicua" y "desviada", esto es, como fundamentalmente *indisciplinada* con respecto

810 M. de Cervantes, *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*, Planeta, Barcelona, 1995, pp. 339-340.

811 J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, pp. 114-115.

a las posibles orientaciones de partida del texto, el cual se agenciarían estos lectores en función de sus expectativas, condiciones de vida, contextos espacio-temporales.

Ahora bien, la caracterización de esta lectura popular que, a mi entender, resulta más precisa y detallada es la que, con respecto a la variante de ella que constituye la *lectura fan*, ha realizado el citado Henry Jenkins en "*Textual Poachers*". La relación que dicha caracterización guarda con la lectura popular, así como la *asimilación* que aquí se defiende con la forma de lectura propia de la distorsión comunicativa, reconoce desde un principio la insoslayable singularidad de la actividad de los lectores fan, cuya *productividad* e implicación *excesivas* (afirmado esto sin connotación negativa alguna) los diferencian de otros lectores populares menos apasionados. En cualquier caso, si se sigue estimando de sumo interés tal caracterización para el propósito de este estudio es en la medida en que se asume plenamente la sintética puntualización que, al respecto de la relación entre lectura fan y lectura popular, realiza el investigador australiano John Fiske: "Los fans pueden diferenciarse de los lectores populares menos excesivos *en grado*, pero no en cuanto a sus modos [de lectura]"[812].

A partir de aquí, el primer atributo que, según Jenkins, define la actividad lectora de los fans es la atención plena y concentrada (el autor llega a calificarlo de "escrutinio detallado") que dedican a los textos mediáticos. De hecho, el estudio etnográfico de Jenkins revela que no pocos de ellos definen dicha atención en términos de "adicción", "infección" o "seducción" (acaso en nuestro entorno se diría más bien "estar enganchado" a un determinado programa, lo cual, conviene discernir, no ha de ser entendido exclusivamente como algo positivo o determinado por el gusto del lector hacia dicho texto):

> En cualquier caso, este lenguaje captura algo de la cercanía que [los fans] sienten hacia el programa y las emociones intensas que experimentan al verlo. Puede que los fans estén simplemente "ahí sentados" viendo la televisión pero se

812 J. Fiske, *Understanding popular culture*, p. 146.

> encuentran tan implicados emocionalmente por lo que sucede en pantalla que parecen olvidar el resto de actividades domésticas e ignoran activamente las demandas de atención de otros miembros de su familia.[813]

El segundo de dichos atributos alude al muy particular manejo de las distancias con respecto a los textos que llevan a cabo estos fans, combinando, como hemos visto, una profunda *involucración emotiva* con un marcado *distanciamiento crítico* (que se ve acentuado por el atributo que viene a continuación, además de por el hecho de que normalmente los fans atienden a una gran cantidad de textos y poseen, en consecuencia, un amplio repertorio de referencias): "Una perspectiva permite al espectador [para nosotros, *lector* en general] dejarse absorber por la trama de la ficción y la otra mantener dicha ficción a una distancia que le permita apreciar mejor cómo está construida, siendo ambas perspectivas centrales para la experiencia del fan"[814].

Concretamente con respecto a la mencionada absorción en la trama, el citado Fiske afirma que la lectura popular depende de la "relevancia" que el recurso cultural en cuestión posea para dicha clase de lectores, los cuales prescindirán de él "si [...] no ofrece elementos de pertinencia a través de los cuales la experiencia cotidiana puede hacerse resonar"[815]. En caso contrario, es decir, si los lectores perciben dicho recurso como relevante, el autor australiano advierte de que será tratado "con una profunda falta de respeto"[816] que no reconocerá en él un objeto sagrado ni el producto proveniente de un autor superior. En este mismo sentido, Bourdieu argumenta que una de las diferencias esenciales entre el gusto de la clase media y el de la clase obrera consiste precisamente en sus respectivas opciones por el "distanciamiento" ("*distantiation*") y por la "participación". En cuanto al distanciamiento, este no se limitaría a separar al lector de la obra de arte, sino que también determinaría una escisión entre esta y la vida cotidiana. Opuestamente, la participación

813 H. Jenkins, *op. cit.*, p. 60.
814 *Ibid.*, p. 66.
815 J. Fiske, *Understanding popular culture*, p. 146.
816 *Ibid.*, p. 143.

que define esencialmente el gusto obrero propicia que los lectores se impliquen de lleno en la obra, apelando a los placeres de la fiesta, de la expresión libre y también de la rebelión y, al mismo tiempo, incita a que la misma obra participe a su vez de los intereses de la vida cotidiana de dichos lectores:

> El espectáculo popular es aquel que procura, inseparablemente, la participación individual del espectador en el espectáculo y la participación colectiva en la fiesta que este conlleva. [Esos espectáculos] proporcionan satisfacción, como todas las formas de lo cómico, y especialmente aquellas que provocan sus efectos a partir de la parodia y la sátira de los "grandes", [...] según el gusto y el sentido *festivos*, [...] poniendo patas arriba el mundo social y derribando las convenciones y las conveniencias.[817]

El tercero de los rasgos que subraya Jenkins tiene que ver con aquella extensión de las NTIC a la que aludía García Canclini al referirse a la tendencia a la *descolección* de las dinámicas culturales híbridas y, más particularmente, a aquellas tecnologías que permiten grabar diferentes programas audiovisuales y volver a verlos cuando y, sobre todo, *cuanto* se quiera. De esta forma, el autor define el modo de lectura fan propiamente como una "relectura", en la que se retorna una y otra vez sobre los textos hasta que estos acaban por perder su "aura". En este sentido, Jenkins recuerda cómo Roland Barthes advertía ya en "*S/Z*" que dicha relectura constituye un acto estrictamente opuesto a los hábitos ideológicos y comerciales que se busca imponer en nuestra sociedad, donde las mercancías culturales están diseñadas para ser consumidas a toda velocidad e inmediatamente reemplazadas por otras nuevas. A los únicos a los que se les *tolera* tal actividad reiterada de lectura, añade el semiólogo francés, es a "ciertas categorías marginales de lectores (los niños, los viejos y los profesores)"[818]. Y es que, una vez leída por vez primera la obra, el retorno a ella no va a estar motivado ya por aquel ansia de resolución de su trama que empujaba al "lector cazador" de Barthes, sino que se orientará al examen profundo de la temática de la

817 P. Bourdieu, *La distinction*, p. 36.
818 R. Barthes, *S/Z*, Siglo XXI, México, 1980, p. 11.

obra, de las relaciones entre sus personajes, de los rasgos psicológicos de estos o de la posición del narrador, de modo que el autor francés llega a la conclusión de que tal relectura "no es ya consumo, *sino juego* (ese juego que es el retorno de lo diferente)"[819]. Basándose en estas reflexiones, Jenkins enlaza la anterior consideración acerca de la combinación entre distanciamiento y proximidad con este aprovechamiento de las tecnologías por parte de los espectadores (lo cual es extensible al conjunto de lectores fan):

> La relectura es central para el placer estético de los fans. [Ella] aumenta su dominio sobre la narrativa y les facilita la producción comunitaria de nuevos textos a partir del material original. Estas estrategias asimismo crean la distancia requerida para percibir los episodios de la serie como susceptibles de intervención directa por parte del fan, *así* como la familiaridad con todos los aspectos que rodean el programa que permite la creación de nuevas narrativas. [...] Esta nueva relación con la imagen transmitida masivamente *habilita el movimiento liminar de los fans entre una relación de intensa proximidad y otra de distancia más irónica*.[820]

Finalmente, Jenkins coincide plenamente con las ideas de Martín-Barbero expuestas unas líneas más arriba al defender que la lectura de los fans es una actividad esencialmente *colectiva*. De esta manera el autor estadounidense concibe dicho proceso como crucialmente determinado y animado por múltiples interacciones, discusiones, formulaciones de expectativas, compartición de materiales (algo así como el *peer to peer* de la época del *videocassete*), reelaboraciones y proyecciones narrativas y temáticas que van mucho más allá de la información explícitamente presentada en la serie "hacia la construcción de un meta-texto que es más amplio, rico, complejo e interesante que los textos originales"[821]:

819 *Ibid*, p. 12. (La cursiva es mía).
820 H. Jenkins, *op. cit.*, p. 73. (La cursiva es mía).
821 *Ibid.*, p. 278.

> La recepción fan no puede existir y no existe en aislamiento, sino que está siempre conformada por las aportaciones de otros fans y motivada, al menos parcialmente, por un deseo de más interacción con una comunidad social y cultural cada vez mayor. [Los fans] traducen el proceso de recepción en una interacción social con otros fans. [...] Para un fan, ver una serie constituye *el principio, y de ningún modo el fin, del proceso de consumo mediático*.[822]

"Escrutinio detallado", "exégesis elaborada", oscilación entre distancia irónica e involucración afectiva carente de pudor para expresar las emociones (a menudo contradictorias) que provocan los textos originales, retorno *machacón* a estos que propicia tanto su crítica *détachée* como la plena familiarización con respecto a sus códigos productivos y, finalmente, interacción colectiva que conlleva una "producción social de significado". He aquí las características que definen para Henry Jenkins la lectura fan y que asumo en esta investigación como susceptibles de ser traspuestas, mediante sus convenientes *gradación* y adaptación que respeten lo específico de ambos contextos de recepción, al modo de lectura propio de la distorsión comunicativa.

En este sentido, estimo que la reflexión que Jenkins expone acerca del desprecio y la censura que definen la consideración hegemónica o establecida de los fans y de sus prácticas puede ajustarse muy bien a la reacción que suscitan entre esas mismas instancias los *détournements* e interferencias de los que aquí nos ocupamos: "Tales prácticas de lectura [...], aceptables para enfrentarse a una obra de `gran mérito´, parecen errónea y perversamente aplicadas a los textos más `disponibles´ de la cultura de masas. [...] Lo que no puede descartarse fácilmente como ignorancia ha de ser leído como *perversión estética*"[823]. Concluye, pues, este punto, con una decidida apuesta por desechar los prejuicios extendidos ampliamente acerca de los fans de modo que podamos redescubrir en ellos, a través de obras como la de Henry Jenkins, un potencial interactivo y creativo que nos proporciona valiosas

822 *Ibid.*, pp. 76 y 278.
823 *Ibid.*, pp. 16, 18-19. (La cursiva es mía).

y originales claves acerca de los procesos de lectura cotidianos:

> Lo que estoy alegando no es que haya algo liberador (*empowering*) en los textos que los fans adoptan, sino que hay algo liberador en lo que los fans llevan a cabo con esos textos en el proceso de asimilarlos a las condiciones particulares de sus vidas. Lo que celebran los fans no son los textos excepcionales, *sino las lecturas excepcionales*.[824]

824 *Ibid.*, p. 284. (La cursiva es mía).

4.3.2. *Tácticas*: Distorsión comunicativa y furtividad

Antes de concentrarnos en las reflexiones de índole polemológica que Michel de Certeau estima imprescindibles para captar en toda su complejidad y *conflictividad* la naturaleza de los modos de hacer, retomemos la metáfora de la *guerrilla* a la que apelaba Umberto Eco en 1967 como modo de resistencia semiológico y sobre la que posteriormente han vuelto aquellas prácticas de "guerrilla de la comunicación". En concreto, propongo examinarla brevemente a la luz del análisis teórico que Thomas Edward Lawrence, más conocido como Lawrence de Arabia, escribe acerca de la guerra de guerrillas para la decimocuarta edición de la *Enciclopedia Británica* (publicada por vez primera en 1929), al comienzo del cual el autor matiza la relación de dicho análisis con su puesta en práctica:

> Este estudio sobre la ciencia de la guerrilla, o guerra irregular, está basado en la experiencia concreta de la revuelta árabe contra los turcos en 1916-1918. Pero el ejemplo histórico adquiere a su vez valor del hecho de que su curso estuvo guiado por la aplicación práctica de las teorías descritas a continuación.[825]

El primer principio que Lawrence trata de refutar en este estudio es ni más ni menos que el que defendían los autores clásicos de la denominada "ciencia de la guerra", como Carl Von Clausewitz y Ferdinand Foch, para quienes la guerra consistía básicamente en buscar al ejército enemigo, identificar su centro de poder y destruirlo. Frente a tal planteamiento, el militar galés se encuentra con una desigual guerra entre el potente ejército regular otomano y las fuerzas tribales de los árabes, carentes de dimensión, organización y formación y sin apenas base material (incluído su rudimentario armamento) o territorial sobre la

825 T. E. Lawrence, *Guerrilla*, Acuarela, Madrid, 2004, p. 43. Aclaro que el recurso a esta obra no proviene de una referencia de los autores mencionados hasta ahora, sino de la lectura del texto introductorio "Junto a los ríos de Babilonia. Apuntes sobre la teoría de la guerrilla de T. E. Lawrence", que el colectivo de escritores boloñeses Wu Ming (antes llamados Luther Blisset) escribieron para la reedición de la obra del militar galés.

que asentarse. La resolución a la que lo conduce este diagnóstico es muy clara: Si las fuerzas irregulares de los árabes tratasen de oponerse al ejército otomano asegurando posiciones *propias* y buscando conquistar otras nuevas a partir de ellas, se verían abocadas al fracaso en virtud de lo que denomina "el segundo teorema de la guerra irregular": "*las tropas irregulares son tan incapaces de tomar una posición como lo son de defenderla*. [...] En la emergencia se le ocurrió a este autor que acaso la virtud de los irregulares radica en la profundidad y no en la superficie"[826]. En cualquier caso, puntualiza inmediatamente Lawrence, no les quedan más opciones, así que las fuerzas árabes renuncian poco después a las posiciones propias que ocupaban y se ponen en movimiento:

> Los ejércitos son como plantas, inmóviles como un todo, enraizados, nutridos por largas ramas que llegan hasta la cabeza. Los árabes eran como un vapor llevado por el viento. Nuestros reinos estaban vivos en la imaginación de cada uno, y como no nos hacía falta nada en concreto para vivir, podríamos no haber expuesto nada en concreto a las armas enemigas. [Para los árabes] el ejército turco era *un accidente, no un enemigo*.[827]

Junto a esto, en el transcurso de la revuelta árabe Lawrence se va a encargar de desbaratar otro segundo principio clásico de la guerra, derivado directamente de aquella necesidad de destruir el ejército enemigo para alcanzar la victoria. Se trata concretamente de aquel que establece que el método exclusivo de plantear la guerra es entrar en batalla directa y abierta con la máxima superioridad humana y material posible, sintetizado por el militar galés de este modo: "La victoria sólo podía comprarse con sangre"[828]. La alternativa que propone Lawrence parte, obviamente, de las imposiciones que establece la composición de las fuerzas árabes que, además de ser inferiores en número y organización, están formadas por diversas tribus, cada una con sus especificidades y no exentas de recelos con respecto a las demás, y, más allá, por individuos que combaten libremente y por propia voluntad:

826 *Ibid.*, p. 44. (La cursiva es mía).
827 *Ibid.*, pp. 48 y 54. (La cursiva es mía).
828 *Ibid.*, p. 46.

"Cualquiera de los árabes podía irse a casa cuando la convicción le fallara. [...] Cada hombre que se enrolaba servía en la línea de batalla y se controlaba a sí mismo"[829]. En consecuencia, concluye el autor, la revuelta árabe no habría de fundamentarse sobre la máxima capitalización humana y material, sino sobre el refinamiento y la precisión de la inteligencia, hasta el punto de que llega a calificar la guerra de guerrillas como la *más intelectual* de las formas de combate:

> Foch había formulado la máxima, aplicada a los hombres, de que hay que ser superior en el momento crítico del ataque. [...] Para ambos, hombres y objetos, se podría dar a la doctrina de Foch un lado negativo y retorcido, en plan barato, y ser más débil que el enemigo en todos los aspectos excepto en uno. *La mayoría de las guerras son guerras de contacto para evitar dar lugar a la sorpresa táctica*. Pero la guerra árabe debía ser una guerra de separación [...] A partir de esta teoría se desarrolló en último término el hábito inconsciente de no entrar jamás en contacto con el enemigo. [...] Muchos turcos del frente árabe no tuvieron ocasión de disparar un tiro durante toda la guerra, con lo cual los árabes no se encontraron a la defensiva salvo en contados accidentes. [...] El combate no era físico, sino moral y, por tanto, las batallas eran un error.[830]

¿Cuáles serían, pues, las bazas de tan *furtiva* revuelta árabe? La velocidad de movimientos y el *tiempo*. En cuanto a la primera, exige una disposición de las fuerzas en unidades pequeñas, bien equipadas, versátiles (prácticamente cada uno de los rebeldes posee un conocimiento general acerca del terreno de la guerra, de las formas de moverse a través de él, de los distintos tipos de armamento -manejando con soltura los explosivos, por ejemplo, por su experiencia en obras de demolición) y cuyo desplazamiento continuo las dote de una ubicuidad que haga sus ofensivas difíciles de localizar y contrarrestar: "La capacidad de estos cuerpos de ataque no se medía teniendo en cuenta únicamente su fuerza. [...] al tener cinco veces la movilidad de los

829 *Ibid.*, pp. 57-58.
830 *Ibid.*, pp. 50-51 y 53. (La cursiva es mía).

turcos, los árabes podían medirse con ellos con la quinta parte de sus hombres"[831]. En este sentido, Lawrence asimila la guerra de guerrillas que él impulsa a los combates navales, en la medida en que estos se hallan marcados eminentemente por la ubicuidad, la pérdida de cualquier noción de centralidad ligada a bases de operaciones o a posiciones propias y, en definitiva, por una movilidad que prescinde de direcciones y puntos fijos, hasta el punto de extender al desierto arábigo la máxima que afirma: "Aquel que domina en el mar disfruta de gran libertad, y puede tomar tanto o tan poco de la guerra como desee"[832].

En cuanto al factor temporal, se basa esencialmente en el acecho y aprovechamiento perfectamente puntual de las oportunidades ofensivas que se presentan (por ejemplo, el autor se refiere al corte de las vías férreas de comunicación por parte de los árabes cuando estos detectan que los turcos han dejado algún tramo momentáneamente desguarnecido) y en la rauda secuencialidad de los ataques, más que en lo sostenido o definitivo de ellos:

> La táctica consistía siempre en golpear y correr; no en presionar sino en impactar. [...] El ejército árabe no trató nunca de mantener o mejorar una ventaja, sino que retrocedía y volvía a golpear en otro lugar. Usaba *la menor fuerza en el menor tiempo* y en el lugar más alejado. [...] La valía del ejército árabe dependía enteramente de un uso justo [...] de la velocidad, la ocultación, la precisión del fuego.[833]

Un último rasgo de la guerra de guerrillas emprendida por Lawrence, y que supone igualmente una ruptura con los postulados bélicos establecidos, es el de la *indisciplina* esencial de las fuerzas árabes, que lo conducen a afirmar que "en un sentido real, el máximo desorden era su equilibrio"[834]. La convivencia en dicha fuerza rebelde de multitud de tribus con sus específicas identidades y de personas con

831 *Ibid.*, p. 53.
832 *Ibid.*, p. 55.
833 *Ibid.*, pp. 55 y 59. (La cursiva es mía).
834 *Ibid.*, p. 57.

convicciones distintas que, no obstante, comparten un mismo objetivo exige a los oficiales al mando una buena dosis de flexibilidad y perspicacia para respetar y aprovechar las diferencias existentes entre sus efectivos. Junto a ello, Lawrence renuncia desde el primer momento a la homogeneización y al sometimiento de los soldados a la obediencia a una rígida jerarquía militar, pues considera que ello sólo contribuirá a desperdiciar el potencial de sus escasas fuerzas y a asfixiar su iniciativa y autonomía. Además, añade, dicha lógica disciplinar, con su sacrificio de la incertidumbre y su reducción de los hombres a su "mínimo común denominador", resulta antitética con respecto a las bazas de los rebeldes árabes, que precisamente deben aprovechar su falta de formación militar y su notable espontaneidad como arma para desarbolar los cálculos del enemigo:

> La máxima irregularidad y articulación eran las metas. *La diversidad echaba a la cuneta la inteligencia del enemigo*. El enemigo acumula información cuando los batallones y divisiones se organizan de forma regular e idéntica [...] en los ejércitos regulares la disciplina [...] es la búsqueda [...] de un ciento por ciento estándar en el que los 99 hombres más fuertes son rebajados al nivel del peor. [...] La tensión moral que implica la acción aislada hace de esta forma de guerra simple algo muy duro para el soldado individual, y exige de él una *iniciativa especial, resistencia y entusiasmo*. Aquí lo ideal era hacer de la acción una serie de combates simples, *para convertir los rangos en una feliz alianza de comandantes en jefe*.[835]

Una vez expuestas estas originales reflexiones de Lawrence basadas en su experiencia de principios del siglo XX (en lo básico retomadas por los guerrilleros y teóricos Mao, Giap y Che Guevara en los años sesenta), es el momento de pasar a examinar la referida concepción *táctica* de los modos de hacer, también de marcada raíz bélica, que defiende Michel de Certeau en el primer volumen de "*L´invention du quotidien*". Su inquietud hacia estos aspectos parte de la constatación, tan sencilla como habitualmente escamoteada, de que por

835 *Ibid.*, pp. 57-59. (La cursiva es mía).

más capacidad de contestación desviada y creativa que podamos atribuirle hipotéticamente al lector de los diversos textos de las industrias culturales, esta va a estar siempre crucialmente supeditada a las correlaciones de fuerzas y a las condiciones hegemónicas que circunscriben el terreno en el que se despliegan las prácticas que definimos como *arts de faire*. Conviene recordar que desde el comienzo de esta investigación (y, de forma especial, en el final de los puntos 2.2 y 2.4.1.) se ha expresado el rechazo contundente ante este tipo de visiones de los procesos de consumo mediático.

Al historiador francés tampoco se le escapan, por supuesto, las fabulosas asimetrías y desigualdades que determinan la segregación entre las respectivas posiciones de *lector* y de *escritor* (o, si se prefiere, de *consumidor* y de *productor*, o de *fan* y de *autor*) y, dentro de ellas, los muy distintos márgenes de maniobra que delimitan las coyunturas específicas en que se vean involucrados los usuarios y la diversidad (o escasez) de recursos informativos o culturales de los que puedan disponer:

> la cultura articula conflictos y ora legitima, ora desplaza, ora controla la razón del más fuerte. Ella se desarrolla en un elemento de tensiones, y a menudo de violencias, al cual proporciona equilibrios simbólicos, contratos de compatibilidad y compromisos más o menos temporales. Las tácticas de consumo, ingenios del débil para sacar partido del fuerte, desembocan así en una *politización de las prácticas cotidianas*.[836]

Para examinar este conflicto que se encuentra en el corazón de la producción cotidiana de los *consumidores* (entendiéndose ya en este sentido la condición eufemística de esta denominación que señala de Certeau) el autor recurre a la distinción entre "*estrategia*" y "*táctica*". La primera consiste, según él, en aquel "cálculo (o manipulación) de las relaciones de fuerzas"[837] que deriva de la posibilidad de aislar a una

836 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. XLIV. (La cursiva es mía).

837 *Ibid.*, p. 59.

determinada instancia dotada de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una institución científica o urbana) con respecto a una *exterioridad*, con la cual se interactuará desde la base de operaciones que constituye el *lugar propio* circunscrito mediante dicho aislamiento. Las implicaciones de tal cesura son sintetizadas por el investigador de Chambéry en tres fundamentales: La instauración de un lugar propio supone "*una victoria del lugar sobre el tiempo*"[838], que otorga la potestad de capitalizar las ventajas logradas, de planificar acciones futuras y de sustraerse en buena medida a los imperativos coyunturales. Dicha instauración entraña igualmente la posibilidad de establecer un dominio visual de los lugares mediante una práctica *panóptica*, que busca controlar el tiempo (de hecho, *anticiparse* a él) mediante la pre-visión del espacio. Finalmente, tal estrategia *daría lugar* a la constitución de un tipo de saber que, sustentado por este poder previo, se definiría como "aquella capacidad de transformar las incertidumbres históricas en espacios legibles"[839].

Por lo que concierne a la *táctica*, esta denominación correspondería a ese otro cálculo de fuerzas que, no teniendo más lugar que aquel ocupado por el otro, carece de la postulación de una frontera que le permita distinguirse de él y controlarlo visualmente (lo que podríamos expresar como tenerlo *en su punto de mira*). Así pues, la táctica se ve empujada a *jugar* siempre en terreno adverso, esto es, a moverse en el terreno delimitado y controlado por una institución de poder, lo cual le impide tanto mantener las distancias con respecto a su enemigo, como retirarse de su vigilancia panóptica, tanto acumular beneficios en un lugar propio como preparar desde él sucesivos movimientos. ¿Qué implicaciones entraña esta sujeción a la ley del lugar *ajeno*? La primera de ellas es el privilegio que las tácticas conceden al *tiempo*, escudriñando la insinuación de la "ocasión" propicia y pertrechándose para no dejarla pasar y sacarle el mayor rendimiento posible. De ahí la insistencia del autor francés en los "golpes" ("*coups*") sobre los que se basan las acciones tácticas, tal y como subrayaba igualmente T. E. Lawrence al propugnar su fórmula de "golpear y

838 *Ibid.*, p. 60.
839 *Idem*.

correr". En este sentido, el golpe presupone una perspicacia para detectar *al vuelo* posibles fisuras o debilidades transitorias en el sistema del poder propietario y, junto a ella, una astucia decidida y habilidosa que permite al más débil aparecer por sorpresa donde y, sobre todo, *cuando* no se lo espera para volver las tornas en su provecho. De aquí surge la caracterización de los procedimientos tácticos como caza (o pesca) furtiva (*braconnage*), esto es, aquella que se desarrolla en un lugar acotado por un poder y/o en una temporada prohibida y/o con instrumentos no reglamentarios, y de sus practicantes como "nómadas" o "inmigrantes".

La segunda de dichas implicaciones es que las tácticas están fundamentalmente determinadas por la *ausencia de poder*, la cual acentúa su diseminación a través de los lugares de dominio, su sutileza y, sobre todo, su tenacidad y resistencia. A partir de la identificación de estos dos rasgos cruciales de las tácticas de los usuarios, de Certeau sintetiza de este modo su repercusión:

> Las tácticas designan procedimientos cuya validez se basa en la pertinencia que conceden al tiempo -a las circunstancias que el instante preciso de una intervención transforma en situación favorable, a la rapidez de los movimientos que cambian la organización del espacio, a las relaciones entre momentos sucesivos de un "golpe", a los posibles cruces de duraciones y de ritmos heterogéneos, etc. A este respecto [...] mientras que las estrategias apuestan por la resistencia que *el establecimiento de un lugar* ofrece al desgaste del tiempo, las tácticas apuestan por una hábil *utilización de este*, de las ocasiones que él presenta y también de los juegos que él introduce en los cimientos de un poder.[840]

A la hora de caracterizar detalladamente dichos procedimientos tácticos el autor se decanta por su asimilación a las figuras o *tropos* (aquellos empleos de las palabras que resultan discordantes con su sentido *propio*) de los que da cuenta la retórica:

840 *Ibid.*, p. 63.

> Mientras que la gramática vigila la `propiedad´ de los términos, las alteraciones retóricas (derivas metafóricas, condensaciones elípticas, miniaturizaciones metonímicas) señalan la utilización de la lengua por locutores en situaciones particulares de combates lingüísticos rituales o efectivos.[841]

En este sentido, resulta también muy sugerente la concepción de las figuras retóricas que plantea Umberto Eco en "La estructura ausente", donde llega a definirlas como "*cortocircuitos útiles* para sugerir de manera analógica los problemas que no se pueden analizar a fondo"[842], identificando a continuación la contradicción que se encuentra en la base de tales procedimientos. Dicha contradicción consiste, según el autor italiano, en la "oscilación entre redundancia e información", es decir, la convivencia en ellas de la apelación a algo que el oyente sabe (y quiere) de antemano ("la retórica como *depósito de técnicas argumentales ya comprobadas*") y su propósito de convencerlo de algo que ignora o (lo que resulta más interesante desde una perspectiva eminentemente táctica) de contemplar lo que ya conoce desde una perspectiva inusitada. Esta función *generativa* "que persuade reestructurando en lo posible lo que ya es conocido"[843] es señalada por Eco como propia de una variante específica de retórica que califica como "*nutritiva*".

Entre las diferentes *artes* de pensar y de actuar que Michel de Certeau indica como susceptibles de proporcionar esquemas de análisis retórico ajustados para las tácticas, uno en particular atrae su atención, el de la *metis* de la Grecia Clásica que Detienne y Vernant estudian en su obra conjunta "Las artimañas de la inteligencia"[844]. Siguiendo la lectura

841 *Ibid.*, p. 64.
842 U. Eco, *La estructura ausente*, p. 169. (La cursiva es mía).
843 *Ibid.*, p, 172.
844 M. Detienne y J.-P. Vernant, *Las artimañas de la inteligencia. La metis en la Grecia antigua*, Taurus, Madrid, 1988. En la página 10 de este libro Detienne y Vernant definen dicha *metis* como "un cierto tipo de inteligencia comprometida con la práctica, enfrentada a obstáculos que debía dominar utilizando la astucia para

que de Certeau realiza de esta obra, llegamos en primer lugar a la caracterización de dicha *metis* como un principio del *buen hacer*, de la astucia práctica que orienta la acción hacia la consecución de efectos máximos con el empleo del mínimo de fuerzas, para lo cual se privilegian tres aspectos cruciales: La *ocasión*, que implica la concentración sobre la dimensión temporal de la acción al acecho del momento oportuno (*kairos*); los *disfraces*, en tanto que esta *metis* entraña "una deserción del lugar propio"[845] que se sirve de muy diversas metaforizaciones (en el sentido literal de desplazamientos[846]); y la "invisibilidad paradójica"[847] que determina el hecho de que la *metis* desaparece en el acto mismo en que se realiza, sin conservar ninguna imagen de sí misma.

A reglón seguido, de Certeau se interesa por el "giro" ("*tour*") que posibilita aquella inversión de las relaciones de fuerzas preestablecidas que implica este arte de los griegos, identificando como el elemento clave la *memoria*, a cuya disgregación y pérdida se dedicó parte del punto 3.2.1.2: "`Memoria´ en el sentido antiguo del término, que designa una presencia en la pluralidad de tiempos y no se limita por tanto al pasado"[848]. Dicha memoria no presupone un lugar propio, una especie de archivo donde se ordenaran datos que pudieran despues *recuperarse* mediante un enunciado general y abstracto, sino que está compuesta por la sedimentación irregular, heterogénea e inseparablemente apegada a los momentos de su adquisición de una experiencia que siempre va a estar *presente y viva*. El enorme potencial de este cúmulo de conocimientos sin lugar propio radica, y en esto se entiende mejor la matización que introduce de Certeau en su definición,

lograr el éxito en los ámbitos más diversos de la acción", la cual abarcaría "una trampa de caza, una red de pesca, el arte del cestero, del tejedor, del carpintero, la maestría del piloto, el olfato del político, el ojo clínico del médico, las artimañas de un personaje retorcido como Ulises, [o] el ilusionismo teórico de los sofistas".

845 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. 124.

846 En este sentido, de Certeau apunta que en la Atenas contemporánea los transportes públicos se denominan "*metaphorai*": "Para ir al trabajo o para volver a casa se toma una `metáfora´, un autobús o un tren". *Ibid.*, p. 170.

847 *Ibid.*, p. 124.

848 *Ibid.*, p. 320 (nota 7 del capítulo VI).

en el hecho de que gracias a ella es posible orientar y proyectar las acciones en el porvenir e "inventariar los posibles"[849]:

> Una duración se introduce así en la correlación de fuerzas y va a cambiarla. La *metis*, en efecto, apuesta por un tiempo acumulado, que le resulta favorable, contra una composición de lugar que le es desfavorable. Pero su memoria permanece escondida (carente de lugar identificable) hasta el instante en que se revela, en el "momento oportuno" [...]. El relámpago (*éclair*) de esta memoria brilla en la *ocasión*, [en la que] concentra el *máximo* de saber en el *mínimo* de tiempo.[850]

De esta forma, de Certeau explica la secuencia que permite aquella maximización de los efectos partiendo de un mínimo de fuerzas empleadas en un esquema que contempla cuatro pasos sucesivos: La situación inicial viene marcada, como decimos, por la disposición de unas fuerzas mínimas; de aquí se transita a un segundo paso, que implica la puesta en juego de una potente memoria (siguiéndose siempre una correlación inversa, esto es, cuanta menos fuerza se tenga, más necesidad de memoria se manifestará); el tercer paso implica la disposición de un tiempo de intervención muy escaso (lo que se traduce en la siguiente formulación: en la medida en que se cuente con más memoria, se reducirá el tiempo de acción); y, finalmente, el cuarto paso, donde se constata un aumento de los efectos (que será tanto mayor cuanto menos tiempo se haya invertido en dicha acción). Amén de la mencionada relación inversamente proporcional entre cada una de las fases de este esquema, el historiador identifica en él la manifestación de "*torsiones* generadas en una situación por el acercamiento de *dimensiones cualitativamente heterogéneas* que no constituyen solamente oposiciones de contrariedad o contradicción"[851], oposiciones entre las cuales destaca dos en particular. La primera es la que supone la diferencia entre *espacio* y *tiempo*, la cual marca una secuencia que, comenzando y acabando en sendas composiciones de lugar, se explica

849 *Ibid.*, p. 126.
850 *Ibid.*, pp. 125-126.
851 *Ibid.*, p. 127.

por la irrupción de un factor temporal "sobrevenido de otro lugar" ("*survenue d´ailleurs*")[852] que articula una acción en una concreta coyuntura temporal. La segunda de ellas se basa en la diferencia entre un *estado* y una *actividad de transformación*, que juega también con la oposición entre visibilidad e invisibilidad. Así, partiendo de dos estados, a saber, unas determinadas composición de lugar y configuración mnemónica (la cual constituye a la sazón el único elemento invisible de la secuencia, no captable por la mirada), se desencadena una acción puntual impulsada por dicha memoria que produce efectos transformadores en el orden establecido inicialmente:

> Salido de sus insondables y móviles secretos, un "golpe" modifica el orden local. La finalidad de la serie apunta, por tanto, a una operación que transforma la organización visible. Pero tal cambio está condicionado por los recursos invisibles de un tiempo que obedece a otras leyes y que, por sorpresa, hurta algún elemento a la distribución propietaria del espacio.[853]

En este sentido, resulta altamente sugerente la asimilación que de Certeau plantea de estos golpes con respecto a los chistes y, sobre todo, a la estructura de los relatos de milagros de la religión, en los que el pueblo resistiría a su situación adversa velando sus armas temporales (no en vano es muy habitual escuchar la expresión coloquial "armarse de paciencia") a la espera de que un elemento invisible que proviene del *más allá* ("dios") intervenga con un golpe prodigioso que le dé la vuelta a la situación previa.

Para finalizar, el autor francés se interesa por caracterizar los modos mediante los cuales la memoria se articula con una composición de lugar preestablecida, invirtiendo en ella toda la profundidad de sus conocimientos para identificar y atrapar al vuelo la aparición de las ocasiones y sacarles todo su provecho: "Se trata del momento equilibrista y táctico, el instante del arte. Ahora bien, esta implantación

852 *Ibid.*, p. 128.
853 *Ibid.*, p. 129.

[de la memoria en un espacio organizado] no está ni localizada ni determinada por la memoria-saber. La ocasión es `atrapada´, no creada"[854]. Consecuentemente, podemos considerar el examen de estos procedimientos que se organizan en las prácticas cotidianas en torno a la ocasión como una aproximación a aquello que de Certeau vislumbraba, a propósito de la *perruque*, como una "estética de los golpes".

El primero de los procedimientos que analiza este investigador es el del "juego múltiple de la *alteración*", que viene dado no sólo porque la memoria, como se ha dicho, se componga de conocimientos inseparables de los diversos momentos de su adquisición y de las singularidades involucradas en ellos (lo cual determina que sus procedimientos no puedan *homogeneizarse*), sino también por el hecho de que ella permanece invisible y sólo se *actualiza* en función de una coyuntura nueva y concreta (como sucedía con la enunciación): "Acaso la memoria no sea más que este `recuerdo´ (`rappel´) o apelación realizada por lo otro (*appel par l´autre*) [que] se pone en juego en función de las circunstancias, al igual que el piano `devuelve´ sonidos cuando se tocan sus teclas. La memoria es *sentido de lo otro*"[855]. Esta respuesta sorprendente que desliza la memoria en un cúmulo de circunstancias preestablecidas constituye, y este es el segundo procedimiento que destaca el autor, una práctica metonímica de *singularidad*. En efecto, la memoria *sólo* aporta al conjunto que le viene impuesto detalles, fragmentos, destellos, cada uno de los cuales, no obstante, es portador de la referencia a un todo (cuya ausencia es revelada por la presencia de dichos detalles, como proyectando con su fragmentario cuerpo la sombra de dicho conjunto):

> Detalles cincelados, singularidades intensas funcionan ya en la memoria igual que intervienen en la ocasión. El mismo tacto se ejerce en uno y otro caso, el mismo arte de relacionar un detalle concreto con una coyuntura, que en el primer caso es sugerida, como la huella de un acontecimiento, y en el otro es operada, mediante la

854 *Ibid.*, p. 130.
855 *Ibid.*, p. 132. (La cursiva es mía).

producción de una conveniencia o de una `armonía´".[856]

El último procedimiento que de Certeau enfatiza de esta memoria es su constante *movilidad*, que, de las mencionadas singularidades, sólo deja leves rastros cuya recolección se hace vana para captar el "golpe" articulado con ellas, una vez que ya ha pasado la coyuntura en la que se insertaron y que, consecuentemente, les ha abandonado la viveza y adecuación relativas a la ocasión: "*Este `espacio ´ de un no-lugar* [...] constituye probablemente [...] el modelo del *art de faire*, o de esta *metis* que, al atrapar las ocasiones, no cesa de restaurar en los lugares donde los poderes se distribuyen *la insólita pertinencia del tiempo*"[857].

Concluye aquí este repaso por la concepción táctica de los modos de hacer que propugna Michel de Certeau, cuya trasposición a las prácticas de distorsión comunicativa defiendo en esta investigación, y quedan, no obstante, algunas reflexiones teóricas que contribuyen a describir con mayor precisión los procedimientos mediante los cuales ejecuta sus golpes la *guerra de guerrillas* que se mueve en el terreno organizado y custodiado por las industrias culturales. Una primera referencia interesante en este sentido, y no poco provocadora, la constituye la reivindicación del *plagio* que el ya citado *Critical Art Ensemble* (CAE) lanza en 1994 en "*The Electronic Disturbance*". Dicho plagio (que, todo hay que decirlo, incluye en la concepción de este colectivo un componente de alteración ineludible) constituiría, así, una alternativa operativa que permite criticar y, sobre todo, recrear los textos establecidos sin propugnar su destrucción o una pureza incontaminada respecto a ellos. Una reflexión muy similar acerca de esta crítica la había esbozado más de dos décadas antes Roland Barthes cuando avanzaba que "en una sociedad sometida a la guerra de los sentidos, [...] hay que practicar un cierto `arribismo´ semántico. La crítica ideológica está hoy en día, efectivamente, *condenada a operaciones de hurto*"[858]. De esta forma, frente a la mayoritaria consideración artística y jurídica que

856 *Ibid.*, p. 133.
857 *Ibid.*, pp. 133-134. (La cursiva es mía).
858 R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso*, pp. 329-330.

contempla dicho plagio simplemente como el robo de ideas, imágenes y lenguajes que perpetran sujetos carentes de talento con el objetivo de acrecentar fraudulentamente su prestigio y su fortuna, el CAE parte, por supuesto, de la inspiración del conde de Lautréamont para desagraviar históricamente el plagio y, más allá, para defender su decisiva contribución al enriquecimiento del panorama cultural contemporáneo.

Con respecto a los usos pasados del plagio, el CAE sostiene que suponían una resistencia a la privatización de la cultura por parte de las élites poderosas que permitía que dicha cultura se diseminara también entre las capas populares, beneficiándose además de la aceptación social que provenía de la pervivencia de una concepción clásica del arte como *imitación*. A este respecto el CAE cita, en el contexto de la literatura inglesa, los casos de Chaucer, Shakespeare, Spenser, o De Quincey, reputados "plagiadores" gracias a los cuales se dieron a conocer obras clásicas de la literatura en muy diversos lugares, a los que nunca habrían llegado por los canales de la cultura oficial. Ya a comienzos del siglo XX, los autores de "*Digital resistance*" identifican una explosión del plagio al calor del desafío que las vanguardias lanzan en este época con respecto al arte establecido, desafío que pasaba indefectiblemente por una transgresión radical de las concepciones estéticas previas y, más allá, de las propias obras consagradas (de las cuales disponían como *un recurso más* para sus montajes). De este modo, y aunque los bigotes que Duchamp le añadiera a la Gioconda ya se hallen hoy a buen recaudo en las arcas del Partido Comunista francés y celosamente protegidos por la propiedad intelectual, el CAE concibe la emergencia desde entonces de un nuevo léxico artístico (*ready made*, *collages*, fotomontaje, *found art*, *détournement*, apropiación) como los diversos *eufemismos* con los que se trata de camuflar la voluntad de experimentar y reivindicar provocativamente el plagio como forma creativa y crítica:

> Filosóficamente, todas ellas [*ready made*, *collages*, etc.] se alzan en oposición a las doctrinas textuales esencialistas: Todas asumen que ninguna estructura dentro de un texto dado proporciona un significado universal y necesario. Ninguna obra artística o filosófica se agota en sí misma, en

> ser lo que es. Tales obras siempre han estado en relación con el devenir del proceso vital de la sociedad de la que han emergido. [...] El texto es fluído en sí mismo -aunque el juego ideológico con el lenguaje pueda generar una ilusión de estabilidad, creando bloqueos mediante la manipulación de las asunciones no reconocidas de la vida cotidiana. Por consiguiente, una de las principales metas del plagiador es restaurar la deriva dinámica e inestable del significado por medio de la apropiación y recombinación de fragmentos culturales.[859]

De este repaso por las formas artísticas recientes que han puesto en cuestión las concepciones de la autoría individual y de la obra de arte como creación *ex nihilo* cuyo rango sagrado prohibe su modificación y *recirculación*, el colectivo de artistas concluye que en la escena cultural contemporánea la vigencia y oportunidad del plagio se acrecientan extraordinariamente. De este modo, el CAE define el momento histórico actual como "la era de la recombinación" por el recurso clave a las NTIC, que resultan más fácilmente accesibles a un mucho mayor número de personas que hace unas décadas y que, incluyendo computadoras personales, videocámaras domésticas, programas de *sampling* musical, icónico e hipertextual, hacen realidad "el sueño de todo plagiador", es decir, "ser capaz de recopilar, mover y recombinar textos mediante comando simples y amigables (*user-friendly*)"[860]. En este contexto, argumentará entonces el colectivo artístico, el plagio supone una virtuosa y enormemente adecuada forma de enfocar la producción cultural que acentúa el incremento de validez de la información con su interacción con otra información (algo que apunta también John Perry Barlow en "*Selling wine without bottles*") y no con su relegación al aislamiento:

> Actualmente, emergen nuevas condiciones que una vez más señalan al plagio como una estrategia de producción textual

859 Critical Art Ensemble, *The Electronic Disturbance*, Autonomedia, Nueva York, 1994, pp. 85-86. Consultado en: http://www.critical-art.net/books/ted (última consulta: 20 de octubre de 2006) (La traducción es mía).

860 *Ibid.*, p. 91.

> aceptable e incluso crucial. [...] En una sociedad dominada por una explosión de "conocimiento", la exploración de las posibilidades de significado de lo ya existente se hace más acuciante que la adición de información redundante. [...] He aquí donde el plagio progresa más allá del nihilismo. No se limita a inyectar escepticismo para ayudar a destruir los sistemas totalitarios que paralizan la invención, sino que *participa él mismo en la invención* y, consecuentemente, es también productivo. [...] El problema actual para los aspirantes a productores culturales es el de acceder a dichas tecnología e información [...] lo cual nos lleva a preguntarnos si para ser un plagiador exitoso, uno ha de ser también exitoso como *hacker*.[861]

A esta misma interrogación se enfrenta Henry Jenkins cuando en su obra "*Textual poachers*" profundiza aún más en lo escandaloso de aquella "escandalosa categoría"[862] que para un amplio sector social constituye el movimiento fan dentro de la cultura contemporánea. ¿Acaso las reacciones de temor, irrisión o puro desprecio (sintetizados últimamente con la apelación peyorativa "*freaky*", "rarito") que alternativamente despiertan los fans entre determinados grupos se deben en exclusiva a sus presuntas excentricidad y/o asocialidad? La tesis que defiende este investigador estadounidense parte de la negativa a esta pregunta y, si en el punto anterior ya se explicó una de las razones de dicha negativa (la "perversión estética" que se les achacaba por aplicar procedimientos refinados de lectura a textos *vulgares*), en este veremos otro de los motivos que Jenkins aduce al respecto, la resistencia de los fans a la jerarquía cultural, la cual queda sintetizada de este modo:

> Sin dejarse impresionar por la autoridad institucional y por los expertos, los fans afirman su derecho propio a formar interpretaciones, ofrecer evaluaciones [a las productoras] y construir cánones culturales. Impávidos ante las concepciones tradicionales de propiedad literaria e intelectual, los fans hacen incursiones en la cultura masiva,

861 *Ibid.*, pp. 84 y 90. (La cursiva es mía).
862 H. Jenkins, *Textual poachers*, p. 15.

> reclamando los materiales de esta para su uso propio, reelaborándolos como base de sus creaciones culturales y de sus interacciones sociales. [...] La cultura fan se sitúa así como *un desafío abierto a la "naturalidad" y deseabilidad de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo de la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual*.[863]

No en vano Jenkins caracteriza a estos fans (y titula su libro) traduciendo directamente al inglés ("*poacher*") el término "*braconnier*" ("cazador -o pescador- furtivo") propuesto por Michel de Certeau para designar las astucias tácticas del débil que penetra en los dominios del *terrateniente* social. Con ello el profesor del MIT desmonta otro de los estereotipos ampliamente asumidos en nuestra sociedad acerca de los fans, el de que son unos seres cuya fascinación y adoración por los productos de las industrias culturales los lleva a una sumisión casi histérica a ellos, contraponiendo a tal concepción una mucho más compleja y, sobre todo, conflictiva. De esta forma, sin negar en ningún momento el singular *placer* que este colectivo halla en su particular modo de consumir dichos productos (el cual quedó esbozado en el punto anterior), Jenkins constata que en ellos existe también insatisfacción, frustración e incluso *antagonismo* cuando el desarrollo de sus programas preferidos defrauda sus expectativas o, más allá, es percibido como ofensivo o contradictorio contra valores que ellos defienden. Y, lo más importante, su reacción en estos casos no se circunscribe a la queja impotente o al envío de lastimeras y timoratas cartas a los productores, sino que *se toman la justicia por su mano* y "tratan de *rescatarlas* [las historias distribuidas masivamente] en función de sus intereses"[864], reapropiándose de la trama, de los personajes y de la ambientación de las series para profundizar en ellas, enriquecerlas, proponer derivas alternativas o incluso distorsionarlas *a gusto del consumidor*.

En este sentido, Jenkins llega a detallar, en relación a los fans de programas televisivos en los que se centra su obra, diez fórmulas

863 *Ibid.*, p. 18. (La cursiva es mía).
864 *Ibid.*, p. 23. (La cursiva es mía).

mediante las cuales estos llevan a cabo la mencionada reapropiación, en un apartado que titula "*Ten ways to rewrite a television show*" ("Diez formas de reescribir un *show* televisivo"). La primera es la "*recontextualización*", que implica la invención de viñetas o textos adicionales a aquellos proporcionados por la serie en cuestión, los cuales se centran en lo que estos espectadores consideran *eslabones perdidos* de la trama para rellenar sus huecos o proveer una interpretación acerca de determinados aspectos intrigantes que se yuxtapondrá al argumento original: "Estas historias se enfocan hacia acciones y discusiones fuera de pantalla (*off-screen actions*) susceptibles de motivar determinado comportamiento en pantalla (*on-screen behavior*) que provoca perplejidad"[865]. La segunda es la "*expansión del ámbito temporal*" de la serie, generando una suerte de *flash-backs* hipotéticos o de prolongaciones de la trama que pueden ir mucho más allá del punto en el que la dejaron sus creadores primarios, más aún en el caso de aquellas series que son retiradas de la programación antes de su finalización. En cuanto a la tercera, Jenkins la denomina "*refocalización*", y entraña la retirada de protagonismo de las figuras centrales para concedérselo a otros personajes, normalmente a aquellos habitualmente relegados socialmente a un segundo plano (mujeres, minorías étnicas, etc.).

El "*reajuste moral*" ("*moral realignment*") es contemplado por el investigador del MIT como una forma extrema de refocalización por la que se invierte o, en cualquier caso, se pone en entredicho el universo moral que circunscribe el texto original. La quinta fórmula consiste en la "*variación genérica*" y el autor la explica así: "Si, tal como se ha sugerido [...], un género representa tanto un abanico de estrategias interpretativas como un conjunto de rasgos textuales, los fans a menudo deciden leer las series desde tradiciones genéricas alternativas"[866]. En cuanto a la sexta, la de los "*entrecruzamientos*" ("*cross-overs*"), supone atravesar ya no simplemente las fronteras entre textos (concediendo, por ejemplo, a los personajes de una serie el *pasaporte* para aparecer en otra), sino aquellas que dividen los géneros entre sí. En este sentido, queda también seriamente en cuestión aquella percepción de los fans

865 *Ibid.*, p. 162.
866 *Ibid.*, p. 169.

como sujetos obsesionados con un producto cultural en particular (los *Trekkies*, los aficionados a *Star Wars*, etc.) y gana peso la tesis de Janice Radway, para quien ellos constituyen una suerte de "nómadas" textuales (ella utiliza también la expresión "*free floating*", "que circulan libremente") que "componen narrativas, historias, objetos y prácticas a partir de una miriada de pedacitos de producciones culturales previas"[867].

Relacionado con lo que se acaba de decir está la séptima fórmula que distingue Jenkins, la de la *dislocación de los personajes*, por la cual a partir de los rasgos generales de estos se configuran otros nuevos a los que se dota de un nuevo nombre y una nueva personalidad y se coloca en situaciones insospechadas en su *otra vida*. En ocasiones, son los propios autores los que se zambullen en la trama de la historia original, reservándose mediante la *personalización* un papel en ella que diluye la separación entre su propia experiencia y la ficción de sus series preferidas. Junto a ello, la amplia relevancia que para los fans poseen los sentimientos y las motivaciones dentro de la trama los lleva a acentuar esta dimensión en sus historias, mediante lo que se conoce como *intensificación emocional*. La décima y última fórmula de la que da cuenta Jenkins en su obra es la *erotización*, uno de los procedimientos más provocadores e irreverentes mediante los cuales los fans cazan furtivamente en los textos mediáticos originales: "Los escritores fans, liberados de las restricciones de los censores de las productoras, a menudo desean explorar las dimensiones eróticas de las vidas de los personajes. Sus historias transforman el mundo relativamente casto [...] de la televisión popular en una zona erógena de experimentación sexual"[868].

En cualquier caso, si bien tan sofisticada dinámica de reapropiación ha sido en no pocas ocasiones percibida por las productoras con indiferencia (constituyendo en este sentido la Paramount un ejemplo paradigmático con respecto a su serie "*Star*

867 J. Radway, "Reception Study: Ethnography and the Problems of Dispersed Audiences and Nomadic Subjects," en *Cultural Studies*, vol. 2, nº 3, 1988, p. 363. (La traducción es mía).

868 H. Jenkins, *Textual poachers*, p. 175.

Trek") o, más aún, estimada como altamente provechosa (a condición de *domesticarla*, esto es, canalizarla hacia formas que repercutieran en la fidelización de la audiencia y en la obtención de beneficios económicos), han abundado igualmente los enfrentamientos de las industrias culturales contra estos cazadores furtivos *amateurs* (en el sentido literal de aficionados, amantes de determinadas series). De este modo, si al final del examen de las matrices culturales se señaló la hostil carta que el dueño de Microsoft dirigió en 1976 a los *hobbyists* informáticos como un *hito* que simbolizaba el conflicto que desde entonces opone a las dos matrices estudiadas, podemos identificar con respecto a la cultura fan otro de estos hitos en la carta que, por su parte, *hizo enviar* el director y productor cinematográfico George Lucas a los editores de un fanzine sobre la película "*Star Wars*", en la que les amonestaba de este modo acerca de sus primeros escarceos con el mencionado *slash*:

> Lucasfilm Ltd. ostenta todos los derechos sobre los personajes de *Star Wars* y vamos a insistir en evitar la pornografía. Esto puede significar que no permitamos ningún fanzine si ello resulta necesario para detener a ese puñado que empañan la reputación de la que nuestra compañía se siente tan orgullosa. [...] Lucasfilm no produce ningún episodio de *Star Wars* calificado como X, así que ¿por qué deberíamos ser colocados en una posición en la que la gente cree que lo hacemos? [...] Ustedes no son los propietarios de estos personajes y no pueden *publicar* cualquier cosa sobre ellos sin permiso.[869]

Curiosamente esta misiva fue publicada por *otro* fan, llamado Maureen Garrett, cuyo paradójico estatuto podrá entenderse mejor merced a una escueta aclaración acerca de la producción de la película "*Star Wars*". Pues a toda la leyenda que rodea este film desde su estreno en 1977 se ha de sumar la que alude al acuerdo de producción que George Lucas alcanzó previamente con los ejecutivos de Twentieth Century Fox, quienes se frotaban las manos cuando el director renunció a su salario como director a cambio de recibir el 40% de los ingresos de

869 M. Garrett, "Open Letter to *Star War* Zine Publishers", agosto de 1981, citada en *ibid.*, p. 31.

taquilla (con los cuales completaría también el pago a alguno de sus principales actores a cambio de una sustanciosa rebaja de su *caché*) y del control absoluto de un aspecto entonces considerado marginal como el negocio del *merchandising* ligado al film. Más allá del éxito de la película en las salas, tan enorme como insospechado (y al que se unieron sus nominaciones a los Óscar), hay que resaltar la crucial importancia del mencionado control sobre los productos derivados de la película que Lucas se cuidó muy bien de asegurarse con una visión comercial pionera. Y ello porque el director de "*Star Wars*" quiso aplicarlo a rajatabla, hasta el punto de impulsar la creación de un club de fans *oficial* (al frente del cual colocó a Maureen Garrett) que habría de subsumir la proliferación de clubes informales de aficionados a estas aventuras espaciales y someter su dinámica y sus publicaciones (incluso amenazando con demandas legales) a las directrices de Lucasfilm Ltd. y a sus intereses económicos. La airada reacción de los fans y sus acusaciones de censura pronto hicieron desistir a Lucas de tal pretensión de poner a los fans bajo su control y a su servicio, si bien este caso ilustra muy tempranamente, según Jenkins, hasta qué punto:

> la relación entre fan y productor no es siempre [...] feliz o cómoda, sino que está a menudo cargada de recelo mutuo, si no de conflicto abierto. No obstante, pese a que los fans carecen de acceso a los *media* y de voz en las decisiones de programación y se ven confrontados con la hostilidad por parte de los entendidos de la industria, ellos siempre han encontrado vías para voltear el poder de los media a su favor y para reclamar las imágenes mediáticas para sus propósitos específicos.[870]

Llegados a este punto, estimo de gran interés recoger la crítica que Jenkins realiza a las reflexiones de Michel de Certeau acerca de la naturaleza táctica de estas prácticas furtivas a través de los productos distribuidos por las industrias culturales. El título que el profesor del MIT da al apartado en el que desarrolla su argumentación al respecto resulta ya muy ilustrativo acerca del la orientación de dicha crítica,

870 *Ibid.*, p. 32.

"*What do poachers keep*?" ("¿Qué guardan los cazadores furtivos?"). La primera discrepancia que Jenkins resalta es que él no considera, en el caso concreto de los fans, que sea aplicable la tajante *distinción entre escritores y lectores* que plantea el historiador francés, por la cual sólo a los primeros les sería posible alcanzar la permanencia de su obra y materializarla en un soporte que no sea perecedero. De esta forma, puntualizando que esta consideración de las tácticas le parece muy acertada para el proceso general de producción de sentido popular, Jenkins difiere del autor de "*La culture au pluriel*" cuando este afirma que "la escritura acumula, almacena, resiste al tiempo por el establecimiento de un lugar y multiplica su producción por el expansionismo de la reproducción. La lectura no posee garantías contra el desgaste del tiempo (uno se olvida y olvida) y no conserva (o lo hace mal) aquello que adquiere"[871]. Sin dejar de admirar su precisa y audaz descripción de la naturaleza profundamente conflictiva de los modos de hacer, y reconociendo que en su puesta en práctica resulta crucial el papel que se le otorga a la memoria, será este matiz marcadamente fugaz (podría decirse incluso *olvidadizo*) que de Certeau atribuye irremisiblemente a la producción de los usuarios el que en esta investigación juzgo menos ajustado a las tácticas que pone en juego la distorsión comunicativa. Los *golpes* que ella da en el terreno acotado por las industrias culturales en red no son definitivos (aplicando siempre la máxima de T. E. Lawrence, "golpear y correr") y juegan siempre con la ocasión, pero ello no implica que estén desconectados unos de otros (acaso sea más ilustrativo afirmar que no están *desheredados* y que, a su vez, contribuyen a la tradición en la que se inspiran) y, sobre todo, que no tengan una marcada *vocación pública* que desafía la marginalidad a la que se los pretende condenar.

Centrándose en los fans televisivos, Jenkins contrapone a la colectividad dispersa de los lectores y a su limitada inversión creativa en lo que leen la conformación por parte de los fans de una *comunidad lectora* con un alto grado de *compenetración* e *implicación afectiva* con aquello que consumen:

871 M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire*, p. 251.

> La lectura fan, sin embargo, constituye un proceso social mediante el cual las interpretaciones individuales son formadas y reforzadas mediante discusiones sostenidas con otros lectores, [las cuales] ponen los cimientos para los futuros encuentros con la ficción, definiendo cómo se percibirá esta y cómo será usada.[872]

En segundo lugar, el profesor de Atlanta subraya la *materialidad* y *permanencia* de las historias escritas por fans (ya sea en circuitos amplios o más *underground*), los cuales no simplemente consumirían programas empaquetados, sino que, a partir de ellos, elaborarían sus propios relatos (que imprimirían, editarían y distribuirían ellos mismos en forma de *fanzines* y novelas), canciones, *performances* e incluso videos. Ello entraña que, según Jenkins, la comunidad fan haya desarrollado *tradiciones estéticas*, formas de producción cultural y hasta una gama de *géneros* característicos sobre los cuales se siguen construyendo sus prácticas de consumo. Si a ello se añade que la presión del *copyright* les impide distribuir comercialmente sus obras[873] y que

872 H. Jenkins, *Textual poachers*, p. 45.

873 El caso del *doujinshi* japonés, que explica Lawrence Lessig en "Por una cultura libre", es excepcional (y ello en todos los sentidos) pero estimo inexcusable no dedicarle al menos unas líneas en este trabajo. Se trata de un género específico del *manga* (cómic) japonés que posee más de treinta y tres mil "círculos" de creadores en todo el país y que, en sus dos convenciones anuales, reúne a más de cuatrocientas cincuenta mil personas (en lo que supone la reunión pública más grande de todo Japón) que acuden a ellas a vender e intercambiar sus obras. Lo llamativo de dicho género es que su principio creativo es la *copia* de cómics famosos, la cual, no obstante, se encuentra estrictamente regulada por una serie de comités que garantizan que el *doujinshi* siempre aporte alguna innovación a la historia primaria, por más sutil que esta sea. De este modo, paralelamente al mercado comercial masivo, se desarrolla este exitoso y muy lucrativo mercado *amateur* de cómic que viola multitudinaria y entusiásticamente las leyes del *copyright* al realizar obras derivadas de otras y venderlas sin pedir permiso ni compensar económicamente a sus autores.

Tras investigar cuatro meses en el país nipón cómo era posible que esta práctica normativa no estuviera perseguida por la ley, la respuesta que al final le resultó más convincente a Lessig es la de un colega que le confesaba: "No tenemos suficientes abogados". Ante ello el catedrático de Stanford cierra el apartado dedicado a este género formulándose estos interrogantes: "¿Estaría mejor Japón con más abogados? ¿Sería el manga más rico si los artistas del *doujinshi* fueran sistemáticamente

pocos de entre ellos han logrado dar el salto a la escritura profesional, "estos artistas fan [...] han dado en considerar los circuitos fan no ya como un campo de entrenamiento sino como una *salida permanente* para su expresión creativa"[874].

Y lo cierto es que el devenir *inmaterial* y digital de las industrias culturales y el acceso de muchos de estos colectivos fans a Internet y, como ha quedado dicho, a aquellas herramientas tecnológicas que constituían "el sueño de todo plagiador", no han hecho sino avivar aún más la difusión y desarrollo de dichos géneros y tradiciones estéticas. Una pequeña muestra de ello nos la proporcionaba hace unos meses un artículo aparecido en el suplemento "Ciberpaís" del diario "El País", donde se daba cuenta de las más recientes y sofisticadas producciones de una de las comunidades fan más veteranas, devotas y prolíficas, la de la serie "Star Trek", que celebró su cuadragésimo aniversario el pasado 8 de septiembre[875]. En primer lugar, cinco estudiantes de Tampere (Finlandia) presentaban en 2005 su film "*Star Wreck: In the Pirkinning*"[876], una parodia de la serie que comenzaron a rodar en 1999 en su tiempo libre siguiendo la estela de los episodios que comenzó a producir el finlandés Samuli Torssonen en 1992 con el mismo nombre ("*Star Wreck*", "naufragio estelar"). Sin contar con ningún tipo de subvención y, de hecho, sin gastar prácticamente un euro en la producción (los decorados son virtuales, las localizaciones escogidas eran parques públicos o las propias casas de los directores, las cámaras se las prestaban una escuela y una tienda de su barrio y los numerosos efectos especiales están elaborados por ellos mismos) y siendo distribuida libremente por Internet mediante una licencia *copyleft* de *Creative Commons*[877], esta obra se ha convertido en la película

perseguidos? ¿Ganarían algo importante los japoneses si pudieran acabar con esta práctica de intercambio sin compensaciones?". Ver: L. Lessig, *Por una cultura libre*, pp. 43-45.

874 H. Jenkins, *Textual poachers*, p. 48.

875 Ciberpaís, "Los seguidores de `Star Trek´ producen nuevos capítulos que difunden en Internet", en *Ciberpaís*, 22 de junio de 2006, p. 3.

876 Ver: http://www.starwreck.com (última consulta: 20 de octubre de 2006).

877 En el siguiente punto explicaré con detalle en que consiste tanto el *copyleft* como *Creative Commons*.

finlandesa más vista de todos los tiempos. Así, además de los pedidos recibidos para comprar el DVD con los extras, la película ha sido descargada ya por casi tres millones de personas a través de Internet (produciéndose cuatrocientas cincuenta mil descargas sólo desde la página *web* oficial en la primera semana de su lanzamiento en octubre de 2005[878]).

Junto a este film, un grupo de fans estadounidenses de la serie se propusieron en 2003 completar (siguiendo la fórmula de Jenkins del "*Expanding the Series Timeline*") las dos temporadas de la serie que fueron canceladas en 1969, dando lugar a una serie de capítulos que, con el título de "*Star Trek New Voyages*"[879], han sido ya descargados por más de *treinta millones* de internautas y han alcanzado tal celebridad que en ellos ¡han llegado a colaborar *actores de la serie original* como Walter Koening y George Takei! (¿qué pensaría de Certeau de tales cifras y, sobre todo, de tal *extracción de su lugar propio* de los personajes de una serie paradigmáticamente masiva de la *major* Paramount para ponerlos en circulación en una obra *amateur*?). Por su parte, el colectivo Trekminal se encarga en España de la traducción de estos capítulos al castellano, para lo cual llegó a organizar un *casting* de dobladores el 21 de mayo pasado en Barcelona, en el que se exigía a los participantes un conocimiento amplio acerca de la serie original y también de los capítulos de "*Star Trek New Voyages*" (además de disponer de domingos libres). Finalmente, la tradición mencionada del *slash* y la exploración de la trama en clave erótica ("*eroticization*") también ha pasado de las páginas fotocopiadas de los *fanzines* al ámbito fílmico en alguno de los cuarenta capítulos que un colectivo fan de Los Ángeles ha producido bajo el título de "*Starshipexeter*" y que se pueden descargar libremente de su página *web*, http://www.starshipexeter.com.

Todas estas exitosas iniciativas y recreaciones de los fans conceden hoy aún mayor resonancia a las conclusiones a las que llega

878 A. Gonsalves, "'Star Trek' Spoof Gaining Internet Fame", en *TechWeb Technology News*, 5 de octubre de 2005, http://www.techweb.com/wire/ebiz/171203353 (última consulta: 20 de octubre de 2006).

879 Ver: http://www.startreknewvoyages.com (última consulta: 20 de octubre de 2006).

Henry Jenkins acerca de estos "cazadores furtivos de textos":

> A diferencia de los lectores que describe de Certeau, los fans logran guardar aquello que producen con los materiales que "cazan furtivamente" de la cultura masiva [...] Los fans poseen no sólo retales hurtados de dicha cultura masiva, sino una cultura específica construida a partir de la materia prima semiótica que les proporcionan los *media*. [Esta cultura] desafía las reclamaciones de la industria mediática de ostentar *copyrights* sobre las narrativas populares. Una vez que los personajes de televisión entran en un ámbito de circulación masiva, se entrometen en nuestras salas de estar e impregnan nuestro tejido social, *pertenecen a la audiencia* y no simplemente a los artistas que los originaron.[880]

Lo cierto es que estas reflexiones del investigador estadounidense acerca de la permanencia de las producciones populares de la cultura fan resultan altamente pertinentes más allá del contexto en que él plantea su crítica. Consideremos, por ejemplo, lo que hemos analizado acerca del *graffiti* que a comienzos de los setenta invade los vagones de metro, autobuses y espacios públicos de Nueva York haciendo ubicuo el gueto del que provienen sus precursores. Pocas prácticas de *braconnage* han sido tan severamente perseguidas y castigadas por las autoridades (recordemos que estos pintores callejeros incluso podían -y así sucedió en ciertos casos- acabar en la cárcel durante un periodo de tiempo nada desdeñable) y pocas veces se ha empleado tanto tiempo, dinero y personal en censurar sus manifestaciones (la *limpieza* de estas pintadas era inmediata) o en tomar medidas preventivas contra ellas (como el redoblamiento de la vigilancia nocturna de los vagones de metro o de los aparcamientos de los autobuses). ¿Determinó acaso todo esto que la práctica desapareciera? Más aún, ¿quedaba su rastro borrado cuando los limpiadores públicos acababan de eliminar los restos de pintura? ¿Se extinguían así los hallazgos formales y los diferentes estilos? La historia nos ha demostrado rápida y tenazmente que no. El *trazo* de los *graffiteros*

880 H. Jenkins, *Textual poachers*, pp. 49 y 279. (La cursiva es mía).

llegaba mucho más lejos de lo que lo hacía su última gota de pintura, tramando de hecho una especie de *liaison* continua e irregular que, partiendo de los localizados guetos neoyorquinos, fue saltando de muro en muro, de vagón en vagón, de calle en calle, hasta atravesar vertiginosamente barrios, ciudades, países y continentes, mutando incesantemente en función del contexto y de los actores, pero manteniendo tradiciones estéticas y, sobre todo, imitando creativamente un modo desafiante de agenciarse el espacio público que se le negaba.

¿Qué procedimientos pone en juego esta producción cultural furtiva para guardar y, más allá, propagar, transfigurar y recrear esa *herencia* de tradiciones y operaciones estéticas? Más aún, ¿cómo podría concebirse, en el marco del panorama de las industrias culturales en red esbozado, un *espacio* donde estos golpes tácticos pudieran guarecer su producción y disponer de ella, asumiendo que esta se basa en una ausencia (que es un desafío) de los lugares *propios*? El siguiente punto trata de esbozar una respuesta a estas dos preguntas que me parecen insoslayables para desarrollar la crítica de Jenkins a las ideas de Michel de Certeau.

4.3.3. Un lugar *común:* Distorsión comunicativa, código abierto (y libre) y procomún

Para responder a la primera de estas preguntas resulta sugerente retornar a aquella práctica de la *perruque* que analicé al comienzo de este capítulo y, más concretamente, a la valoración a la que llegaba Michel de Certeau acerca de ella, en tanto que traía aparejado un "estilo de intercambios sociales" que se regiría por "generosidades *à charge de revanche*"[881]. En este sentido, la producción cultural *secundaria* involucrada en la distorsión comunicativa podría contemplarse en continuidad histórica con aquella práctica que, más allá de su definición como "trabajo para uno mismo", involucra la cooperación de diversos trabajadores que, mediante sus respectivas *desviaciones* de materiales, herramientas, destrezas y tiempo de trabajo, contribuyen a elaborar y distribuir diversos *regalos* a través de la rígida estructura industrial clásica. Todo ello, por supuesto, sin perder de vista el carácter muy limitado tanto del objeto así producido, como de su radio de distribución y de su propia publicidad, carácter que es drásticamente *rebasado*, en amplitud y complejidad, por los *perruqueurs* de las industrias culturales en red. En efecto, estos, en casos *excesivos* como los apuntados acerca de las creaciones fan, pueden llegar a convertir sus *détournements* en piezas muy elaboradas que, libres de restricciones de *copyright*, se propagan entre un público millonario y adquieren así una amplia notoriedad. Algo críticamente diferente de aquellos otros artilugios que acaban discretamente incorporados a los hogares de los obreros industriales y que, sólo en circunstancias muy excepcionales, han sido mostrados públicamente en exposiciones, normalmente autorizadas y promovidas por la propia empresa en la que fueron realizadas (como sucedió en la mencionada muestra organizada por la sede de Snecma en Evry-Corbeil en 1984).

Ahora bien, si una alusión por encima de todas permite que nos aproximemos a la respuesta a la pregunta mencionada, y ello conjugando igualmente continuidad histórica y profunda mutación tanto cualitativa

881 Ver nota 540.

como cuantitativa, ella es, a mi juicio, la que indica John Perry Barlow en su mencionado "*Selling wine without bottles*". Concretamente, al referirse a la tercera especificación de la caracterización de la información como una forma de vida, aquella que establece que "la información quiere cambiar", el cofundador de la EFF subraya las similitudes que percibe entre el actual proceso de difusión de la información (marcado profundamente por su devenir inmaterial merced a la digitalización y por el desarrollo de tecnologías que permiten reproducirla y propagarla mundialmente de forma instantánea y con un coste cercano a cero) y la *cultura oral*. De este modo, Barlow enfatiza el hecho de que, frente a los soportes materiales que en los últimos siglos han venido moldeando cada vez más la configuración de la información como dotada de un "acabado final" (lo cual, a su vez, daba pie a recortar de entre su proceso de producción el contorno de su "autor" individual y único), su actual evolución la devuelve a una dinámica en la que permanece abierta a constantes modificaciones, a la manera del tradicional mecanismo del *boca a boca*. En este sentido destaca el autor estadounidense que la circulación de la información dejaría atrás su *fijación* estricta consagrada por el *copyright* para privilegiar de nuevo el paso *a través de* sus distintos narradores, los cuales la someterían sucesivamente a diversas alteraciones y adaptaciones con el fin de ajustarla a sus particulares auditorio, situación y cultura: "La información digital, liberada de su empaquetamiento, deviene un proceso continuo más parecido a las metamorfoseantes narraciones de la prehistoria que a nada que pueda envolverse en plástico"[882].

Una referencia como esta, además de contribuir a emplazar las formas de difusión que adopta hoy la distorsión comunicativa en un contexto histórico mucho más dilatado que remite a unas prácticas narrativas tradicionales dentro de las culturas populares, posibilita también contemplar las restricciones derivadas de los derechos de explotación de autor y, más importante aún, *del propio concepto de autor*, como algo netamente reciente y en ningún caso *natural* o, más aún, imprescindible para que la cultura se genere y expanda. Junto a estas similitudes, conviene igualmente no pasar por alto las

882 J. Perry Barlow, "Selling wine without bottles".

fundamentales divergencias que existen entre dicha expansión narrativa boca a boca y esta otra fundamentalmente mediada por la tecnología que, valiéndose de las redes comunicativas (esto es, *nodo a nodo*), posee un potencial de difusión y penetración mucho mayor, al tiempo que conserva plenamente su ductilidad y apertura a posteriores reelaboraciones.

Será, pues, en este contexto en el que se estima muy ilustrativa para esta investigación la noción de *código abierto y libre* (CAL, viendo a continuación hasta qué punto es crucial este último adjetivo), la cual nos devuelve necesariamente al ámbito de la programación informática y, más allá, al de los *hackers* que protagonizaban buena parte del punto 3.1. Antes de profundizar en tal cuestión, estimo oportuno apuntar una breve pero importante matización que Lessig introduce en su obra "*Code*". Y es que en esta obra ya mencionada aclara el profesor que cuando discutimos acerca del "código" informático en el marco de Internet nos referimos, dentro de las cuatro capas de código distinguibles en la arquitectura TCP/IP (capa de enlace de datos, capa de red, capa de transporte y capa de la aplicación), al código que implementa los protocolos TCP/IP en esta última capa, esto es, en el "espacio de las aplicaciones" (que abarca todos los programas susceptibles de conectarse a dicha red).

A partir de aquí, y teniendo siempre presente lo expuesto acerca de las matrices culturales de las actuales transformaciones sociales, y particularmente acerca de las más recientes relacionadas con ARPA y los *hobbyists*, hemos de apuntar a Richard Matthew Stallman como el hilo conductor capital que marca el nacimiento y expansión del CAL. Para ser más precisos habría que puntualizar que tal tipo de código de hecho existía, tal y como hemos comprobado, antes de y durante la primera etapa de este *hacker* neoyorquino como investigador informático en el MIT, pero sin que fuera reconocido como tal por aquellos que lo empleaban (que no concebían otro modo de trabajar en programación informática que mediante la colaboración y la apertura de sus procesos). Y ello hasta que finalmente Stallman lo convirtió en el *código fuente* de un movimiento social que entronca con la matriz

libertaria y contracultural descrita. Aclarado esto, pasemos a estudiar la figura de este investigador y lo trascendental de su trayectoria para la revitalización y florecimiento del CAL, abriendo este recorrido con las encomiásticas palabras que Lawrence Lessig le dedica en la introducción del libro "*Software* libre para una sociedad libre":

> Cada generación tiene su filósofo: un escritor o un artista que plasma la imaginación de una época. A veces estos filósofos son reconocidos como tales, pero a menudo pasan generaciones antes de que se caiga en la cuenta. Sin embargo, con reconocimiento o sin él, cada época queda marcada por la gente que expresa sus ideales, sea en el susurro de un poema o en el fragor de un movimiento político. Nuestra generación tiene un filósofo. No es un artista, tampoco un escritor profesional. Es un programador.[883]

Richard Stallman, evidentemente, no ha de ser contemplado (nada más lejos de mi propósito) como un personaje aislado de la sociedad y de las circunstancias culturales y políticas de su época, ni tampoco como un visionario que repentinamente recibió una iluminación para emprender una cruzada por la libertad informática y, más allá, cultural de los ciudadanos del mundo. Y ello incluso a pesar de que el lenguaje profético que él mismo emplea a veces pueda sugerir algo similar. Denominado por Steven Levy en 1984 como "el último *hacker* auténtico"[884], la figura de Stallman podría ser mejor valorada a día de hoy si lo consideramos más bien como el último de una primera generación de *hackers* informáticos que se gestó en los laboratorios de investigación, en las universidades y, por supuesto, en los clubs de *amateurs* que se reunían informalmente en torno a la pasión por las computadoras personales (entre los cuales el *Homebrew Computer Club* constituiría su manifestación más acabada). Como hemos examinado, el

883 L. Lessig, "Introducción", en R. Stallman, *Software libre para una sociedad libre*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004, p. 11.

884 El periodista dedica completamente el epílogo de su libro citado, "*Hackers: Heroes of the Computer Revolution*", a la figura de Richard Stallman, titulando justamente dicho apartado "*The Last of the True Hackers*".

declive de dicha generación inicial vino marcado, entre otros factores, por la paulatina retirada de la financiación estatal a la investigación informática (notablemente tras la derrota estadounidense en la guerra de Vietnam) y por la expansión de la incipiente industria informática a la que se incorporaron muchos de estos programadores, industria que les impuso crecientes *cercamientos* que implicaban sacrificar el trabajo colaborativo y abierto en función de sus intereses mercantiles.

En efecto, cuando Richard Stallman, un brillante estudiante de primero de Física de la Universidad de Harvard, se incorpora en 1971 como programador al célebre Laboratorio de Inteligencia Artificial (IA Lab) del MIT, lo que encuentra allí es una "comunidad" de investigadores y desarrolladores de *software* que comparten el código de todos sus hallazgos informáticos. De este modo todos los demás miembros del grupo y, más allá, el resto de centros de investigación informática con los que estaban conectados (entre ellos, evidentemente, el SAIL y el centro del proyecto *Augment* de Engelbart) podían beneficiarse de dicho código, adaptándolo a sus necesidades y, sobre todo, mejorándolo y redistribuyéndolo para provecho de la comunidad científica:

> El acto de compartir software no se circunscribe a nuestra comunidad en particular: es tan antiguo como los propios ordenadores, lo mismo que compartir recetas es tan viejo como la cocina. Simplemente, nosotros lo hacíamos en mayor medida. [...] No llamábamos "*software* libre" a nuestro *software* porque el término no existía todavía; *pero era exactamente eso*. Cuando alguien de otra universidad o de otra empresa quería instalar y utilizar un programa, se lo prestábamos de buen grado. Si descubrías a alguien utilizando un programa poco habitual e interesante, siempre podías preguntarle por el código fuente, leerlo, modificarlo o canibalizar partes de él para montar un programa nuevo.[885]

En 1984 el periodista Steven Levy sintetizó (muy

885 R. Stallman, "EL Proyecto GNU", en *Software libre para una sociedad libre*, pp. 19-20.

acertadamente, a juicio del propio Stallman) en su libro "*Hackers: Heroes of the Computer Revolution*" el manifiesto no escrito que guiaba a estos informáticos del MIT, acuñando en este sentido una expresión que hoy ha ganado significativas preponderancia y repercusión en este ámbito, la de la "*ética hacker*" ("*hacker ethic*"). Dicha ética se basa, según este autor, en los siguientes principios fundamentales [886]:

1) "El acceso a las computadoras –y a cualquier otra cosa susceptible de enseñarte algo acerca de cómo funciona el mundo- debería ser ilimitado y total. ¡Cede siempre al imperativo de accesibilidad (*hands-on imperative*)!". Levy explica con este primer principio que los *hackers* son sujetos esencialmente motivados por la curiosidad hacia el mundo que los rodea y por el inconformismo (que puede convertirse en rabia) hacia todos aquellos obstáculos, personas y leyes que se interpongan entre ellos y el desmenuzamiento de los mecanismos que les permitan comprender dicho mundo y, a resultas de ello, generar un conocimiento para cambiarlo y crear nuevas cosas en él.

2) "Toda la información debe ser libre". Más allá de la originaria formulación de Stewart Brand (cuya apostilla también conocemos), los *hackers* se plantean la cuestión esencial del acceso a la información al hilo del principio anterior, perfectamente conscientes de que se trata de un elemento cardinal para su ansia de conocimiento. Complementariamente dicha ansia determina que les resulte terriblemente enojoso tener que invertir energía intelectual en una labor que otra persona puede haber hecho antes (como sucede en el ámbito universitario con ciertas tesis doctorales prácticamente calcadas de otras anteriores debido a la falta de información acerca de la realización previa de un estudio idéntico), esto es, en "reinventar la rueda".

3) "Desconfía de la autoridad. Promueve la descentralización". Para estos programadores, la mejor forma de luchar por el intercambio libre de información es promoviendo un sistema abierto que habilite al *hacker* a volcarse en su investigación sin tener que dar cuentas ante un centro de mando o una estructura burocrática. De hecho, estos sujetos

886 S. Levy, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, pp. 27-33.

desprecian radicalmente toda burocracia (estatal, corporativa o universitaria) como un estorbo para sus propósitos exploradores, en la medida en que aquella implica un sistema de reglas arbitrarias a las que apelan diferentes instancias autoritarias para preservar su poder y dar al traste con la amenaza que para él supone la creatividad y la libertad de conocimiento que supone el *hacking*. He aquí la razón por la cual esta comunidad consideraba al gigante informático IBM como la antítesis de su espíritu de trabajo, al basarse dicha compañía en enormes unidades de computación gestionadas centralizadamente por ingenieros que contemplaban el conocimiento informático como su dominio exclusivo (Levy se refiere a ellos como "sacerdotes y subsacerdotes") y descalificaban el resto de vías de investigación, y especialmente la de *hobbyists* y demás, como una pérdida de tiempo de gente excéntrica y sin conocimientos.

4) "Los *hackers* han de ser juzgados por su *hacking*, y no por criterios falaces como los títulos, la edad, la raza o la posición". En este sentido, Levy explica cómo investigadores que llegaban al IA Lab del MIT con una amplia formación académica no eran considerados mejores que otros hasta que no demostraban sus habilidades frente a la pantalla del ordenador, llegando este criterio al extremo de admitir en la comunidad que trabajaba en torno a la computadora TX-0 a Peter Deutsch, un programador de tan sólo doce años.

5) "Puedes crear arte y belleza con una computadora". Este principio incide ya en lo que la comunidad *hacker* no duda en considerar un suerte de *estética de la programación*. Dicha estética, dada la carencia de recursos y de capacidad de las primeras computadoras, privilegiaba aquellas soluciones informáticas que permitieran desarrollar tareas complejas mediante fórmulas muy sencillas, las cuales aumentaban la rapidez de funcionamiento del programa y dejaban mucho espacio disponible para el resto del *software*:

> Esto podría realizarse de modo más enfático mediante una aproximación al problema desde un ángulo poco convencional acerca del cual nadie hubiera pensado

> previamente pero que, una vez formulado, encajaba totalmente. Definitivamente existía un impulso artístico en aquellos capaces de utilizar esta cualidad extraterrestre, de magia negra y visionaria que les permitía descartar el punto de vista estéril de las mejores mentes de la Tierra para dar con un nuevo algoritmo totalmente inesperado.[887]

6) "Las computadoras pueden cambiar tu vida para mejor". Este último principio, sin ser abiertamente proclamado por la comunidad *hacker* del IA Lab, constituía una de las más poderosas motivaciones que subyacían en cada una de sus actividades y experimentos, retomando en cierto modo la herencia contenida ya en los mencionados manifiestos pioneros que Ted Nelson publicara en 1973, "*Computer Lib*" y "*Dream Machines*".

He aquí, pues, una síntesis de los principios, valores y prácticas que componían la ética de la comunidad a la que Stallman se incorpora a comienzos de los setenta. En ella continuará trabajando a partir de 1974 tras licenciarse con honores en Harvard, aunque desde 1977 se aparta de la carrera académica para dedicarse por entero a la programación dentro del IA Lab. Ahora bien, a comienzos de la década de los ochenta un cambio traumático en el panorama de la informática (en el cual influyen de modo importante los dos factores previamente señalados) va a provocar que Stallman vea desvanecerse el trabajo realizado hasta el momento por su comunidad con la desaparición en 1982 del ordenador PDP-10 sobre el que habían trabajado los quince años anteriores. Junto a ello el informático contempla cómo su comunidad se disgrega vertiginosamente y se integra en empresas que producen *software* cuyo código fuente se oculta y no se comparte y, por tanto, no puede ser estudiado ni mejorado por sus usuarios (el llamado "*software* propietario"). Así, en 1981 casi todos los *hackers* del IA Lab habían sido contratados por la empresa pionera Symbolics que, como el resto de compañías del sector, impone a sus programadores *acuerdos de confidencialidad* que cercenan legalmente lo que hasta entonces constituía su ética tradicional y asumida como óptima no sólo

887 *Ibid.*, p. 30.

profesional, sino socialmente:

> Todo ello significaba que antes de poder utilizar un ordenador tenías que prometer no ayudar a tu vecino. Quedaban así prohibidas las comunidades cooperativas. Los titulares de *software* propietario establecieron la siguiente norma: "Si compartes con tu vecino, te conviertes en un pirata. Si quieres hacer algún cambio, tendrás que rogárnoslo". [...] ¿qué podemos decir acerca de un sistema que siembra la división entre el público y abandona a los usuarios a la indefensión más absoluta?[888]

A este respecto, existe una anécdota que Richard Stallman refiere siempre para ilustrar la dimensión de la amenaza que él percibe en el desmoronamiento de la ética *hacker* que había presidido hasta entonces el desarrollo informático y, más allá, para testimoniar cuándo cayó por primera vez en la cuenta de que dicha amenaza coartaba de modo insoslayable su libertad. De esta forma, la *pérdida de inocencia* del investigador neoyorquino en relación al *software* propietario y a los acuerdos de confidencialidad que llevaba aparejados, data del año 1980 y tiene como protagonista una impresora láser de última generación que la empresa Xerox había donado al AI Lab del MIT. La cuestión es que tan suculento regalo, que permitía acelerar la impresión de documentos a un ritmo inalcanzable en ningún otro laboratorio (aparte de los de la propia Xerox), poseía un aspecto *envenenado* que muy pronto habría de sufrir Stallman. Situada en una habitación distante y conectada en red a todas las computadoras, dicha impresora se atascaba con bastante habitualidad, lo cual determinaba que los informáticos del laboratorio no supieran a ciencia cierta si sus trabajos estaban imprimiéndose correctamente y hubieran de desplazarse repetidamente hasta el lugar donde se hallaba la máquina por si era necesario desatascar el papel y ponerla de nuevo en marcha. Como puede suponerse ya, conociendo la ética explicada, esta actividad resultaba muy engorrosa para los miembros del IA Lab y Stallman, como buen *hacker*, se propuso hallar una solución para ella.

888 R. Stallman, "EL Proyecto GNU", en *Software libre para una sociedad libre*, p. 21.

El caso es que, si bien Stallman no sabía arreglar el atasco de papel en sí mismo, no le resultó complicado concebir un pequeño programa que, incorporado en el ordenador que controlaba la impresora, emitiría un mensaje de error cada vez que se produjera algún problema, de modo que los *hackers* del laboratorio pudieran leerlo desde sus ordenadores y, así, saber en qué estado se encontraba su impresión. Para hacerlo funcionar, no obstante, Stallman necesitaba conocer el código fuente del *software* que daba las instrucciones de impresión a la máquina, el cual Xerox no había aportado al entregársela al MIT por tratarse de un programa propietario. Cuando Stallman acudió a la Universidad de Carnegie Mellon a solicitarle una copia a un compañero que disponía de dicho programa, este le replicó que estaba obligado a negársela porque había firmado un acuerdo de confidencialidad con Xerox. La enorme frustración de Stallman al serles negada a él y a sus compañeros la posibilidad de modificar una máquina de uso diario puede sintetizarse en el hecho de que se da cuenta de hasta qué punto el "egoísmo" de Xerox condena a unos *hackers* perfectamente capacitados para reconocer y resolver estos fallos a renunciar a su libertad y a ponerse al servicio de una máquina que supuestamente debería haberles servido a ellos:

> Este era mi primer encuentro con un acuerdo de no divulgación y yo era la víctima. Yo, y todo mi laboratorio, éramos las víctimas. Y la lección que me enseñó es que los acuerdos de no divulgación tienen víctimas. No son inocentes. No son inofensivos. [...] Así que [...] cuando alguien me ofreció la firma de un acuerdo de no divulgación, mi conciencia ya estaba sensibilizada. Recuerdo cómo me había enfadado cuando alguien prometió que no me ayudaría a mí y a todo mi laboratorio a resolver nuestro problema. No podía darme la vuelta y hacerle exactamente lo mismo a alguien que nunca me había hecho ningún daño. [...] ¿Cómo [podría] merecerse ese tipo de maltrato? No puedes permitirte empezar a tratar mal a todo el mundo. Si no te conviertes en un depredador para la

sociedad.[889]

Con el laboratorio donde había trabajado más de una década a punto de desaparecer y con ofertas de la industria informática que le obligan a renunciar a la ética que motiva su tarea de programador y la convierte en algo apasionante, Stallman se ve abocado a tomar "una elección moral radical" en su afán por "resucitar nuevamente a nuestra extinta comunidad":

> Decidí estudiar la manera en que un programador podría hacer algo por el bien común. [...] La primera cosa necesaria era crear un sistema operativo, el *software* crucial para empezar a utilizar un ordenador. [...] Mediante un sistema operativo libre podríamos armar una nueva comunidad cooperativa de *hackers* -e invitar a todos a que se uniesen a ella.[890]

Es así cómo aquel último *hacker* de una generación pone en 1983 la semilla de la próxima y floreciente generación con el anuncio público en diversas listas de correo de ARPANET y USENET del desarrollo de su proyecto GNU[891], nombre del sistema operativo que se propone comenzar a crear con el apoyo de cuantos programadores se sumen a él. Estamos ante el nacimiento del movimiento social de *software* libre, consagrado a defender y promover una libertad de uso de la informática que una vez fue dada por sentada y que ahora se encuentra amenazada de extinción.

Llegados a este punto, resulta imprescindible detenernos a considerar cuál es la definición exacta de *software* libre que Richard

889 R. Stallman, "*Software* libre: Libertad y cooperación", en *Software libre para una sociedad libre*, pp. 228-229.

890 R. Stallman, "EL Proyecto GNU", en *Software libre para una sociedad libre*, p. 23.

891 Una tradición de los *hackers* es elegir cuidadosamente los nombres con los que bautizan sus proyectos y, en esta ocasión, Stallman se sirve del clásico recurso clásico del acrónimo recursivo (GNU significa "GNU is Not Unix", "GNU No es Unix") que se emplea en aquellos casos en los que se quiere reconocer de forma ingeniosa la similitud de un programa con otro previo en el que se basa su escritura.

Stallman propugna para provocar la mencionada *resurrección* de la comunidad *hacker*. El primer obstáculo que se encuentra es la propia denominación inglesa de "*free software*" que, en virtud de aquel mismo juego de palabras que Stewart Brand empleara irónicamente para caracterizar a la información, conlleva una grave confusión entre una falsa gratuidad ("*free*" como "gratis") de dichos programas[892] y la libertad que el informático neoyorquino persigue ("*free*" como "libre"): "Para comprender este concepto, debemos pensar en la acepción de libre como en `libertad de expresión´ y no como en `barra libre de cerveza´"[893] . Puntualizado esto, Stallman define el *software* libre a partir de las cuatro libertades básicas (de la 0 a la 3) que este respetaría y promovería. La "libertad 0" sería aquella que reconoce al usuario la capacidad de ejecutar el programa con cualquier propósito. La "libertad 1" determina que cualquiera puede estudiar el funcionamiento del programa y adaptarlo a sus necesidades, para lo cual resulta una condición *sine qua non* (si bien *no suficiente*) que el código fuente sea abierto. Es por ello que hemos de añadir la coletilla "libre" al tratar sobre el código abierto (el CAL que da título a este punto), pues la sola referencia a su apertura no bastará si dicho estudio no puede derivar en la facultad de modificarlo para que se ajuste a las necesidades de cada cual (libertad 3)[894]. En cuanto a la "libertad 2" garantiza que, como usuario del programa, puedas a su vez redistribuir copias del mismo "y ayudar así a tu vecino"[895]. Finalmente, la "libertad 3", que Stallman considera crucial

892 De hecho, el autor constata cómo en inglés se ha venido desde los años ochenta empleando la contracción "*freeware*" para designar aquellos programas publicados gratuitamente, aunque sólo como autoejecutables, sin que se pueda acceder a su código fuente. Se entiende, pues, la inquietud de Stallman ante la similitud ortográfica entre dicho "*freeware*" y el "*free software*" que él defiende. De hecho, en los últimos tiempos han aparecido denominaciones inglesas alternativas, aunque más largas, como "*Free Open Source Software*" (FOSS) o "*Free/ Libre Open Source Software*" (FLOSS).

893 R. Stallman, "La definición de *software* libre", en *Software libre para una sociedad libre*, p. 59.

894 Resulta muy aclaratoria y recomendable a este respecto la lectura del siguiente artículo: R. Stallman, "Por qué `*software* libre´ es mejor que `*open source*´", en *Software libre para una sociedad libre*, pp. 75-82.

895 R. Stallman, "La definición de *software* libre", en *Software libre para una sociedad libre*, p. 59.

e irrenunciable, establece que todos los usuarios han de poder mejorar el programa y luego publicarlo para beneficio de toda la comunidad *hacker*:

> *Software* libre es cualquier programa cuyos usuarios gocen de estas libertades. De modo que deberías ser libre de redistribuir copias con o sin modificaciones, de forma gratuita o cobrando por su distribución, a cualquiera y en cualquier lugar. [...] Asimismo, deberías ser libre para introducir modificaciones y utilizarlas de forma privada, ya sea en tu trabajo o en tu tiempo libre, sin siquiera tener que mencionar su existencia. [...] La libertad para utilizar un programa significa que cualquier individuo u organización podrán ejecutarlo desde cualquier sistema informático, con cualquier fin y sin la obligación de comunicárselo subsiguientemente ni al desarrollador ni a ninguna entidad en concreto.

Una vez definidas nítidamente las características esenciales del *software* libre, continuemos con el repaso de la trayectoria de Stallman, añadiendo a continuación que en 1985 este programador publica el "Manifiesto de GNU", donde expresa públicamente todas las motivaciones que se han recogido hasta aquí y expone los aspectos técnicos y políticos que conlleva dicho proyecto. Ese mismo año, este graduado en Física de Harvard crea la *Free Software Foundation* (FSF), una entidad no lucrativa de la que es presidente (sin remuneración) y que nace con dos propósitos esenciales: Recabar fondos (entre ellos, hay que recalcar, los derivados de la propia *venta* de recopilaciones de *software* libre en formato CD-ROM) para contratar a programadores que escriban *software* en el marco del proyecto GNU y proporcionar un armazón jurídico que, mediante técnicas que podríamos asimilar a las de la ingeniería inversa, haga componendas con el *copyright* para que el movimiento de *software* libre disponga de garantías legales de que todo su trabajo permanecerá siempre libre. Este último propósito está recogido en el citado manifiesto, donde Stallman puntualiza de qué modo estará disponible el sistema operativo que se está construyendo: "*GNU no es de dominio público*. [...] Es decir, no estarán permitidas

modificaciones propietarias. Quiero asegurarme de que todas las versiones de GNU permanezcan libres"[896].

¿Cuál será entonces el mecanismo al que recurrirá la FSF para ejecutar tal *hacking* jurídico con respecto a la legislación de *copyright*? Una vez más Stallman demuestra su extraordinaria agudeza (así como aquel gusto travieso por los juegos de palabras) al sacarse de la manga en el mismo 1985 un concepto que revierte dicha legislación desde la propia denominación escogida: el de *copyleft*, que toma prestado de su compañero Don Hopkins:

> En el proyecto GNU, nuestro objetivo es proporcionarle a todos los usuarios la libertad para redistribuir y modificar el *software* GNU. Si los intermediarios pudieran eliminar esa libertad, nosotros veríamos aumentar nuestro número de usuarios, pero esos usuarios no dispondrían de libertad. Así que, en vez de poner *software* GNU en el dominio público, lo protegemos con *copyleft*. De acuerdo con el *copyleft*, cualquiera que distribuya *software*, con o sin modificaciones, debe traspasar con él la libertad para copiarlo y modificarlo. El *copyleft* garantiza que cada usuario goce de esta libertad. [...] Los desarrolladores de *software* propietario usan el *copyright* para restar libertad a los usuarios; *nosotros recurrimos a los derechos reservados para garantizársela*. Por eso invertimos el nombre, convirtiendo los derechos reservados —*copyright*— en *copyleft*.[897]

La primera implementación de este mecanismo jurídico se plasma poco después en la licencia *GNU Emacs General Public License*, aplicada concretamente al *software* Emacs creado por Stallman, hasta que en 1989 aparece la primera versión de la hoy célebre *GNU General Public License* (GNU GPL o, simplemente, GPL), la cual no va ligada a ningún programa en concreto y puede ser generalmente empleada. Esta

896 R. Stallman, "El Manifiesto GNU", en *Software libre para una sociedad libre*, p. 47. (La cursiva es mía).

897 R. Stallman, "¿Qué es el *copyleft*?", en *Software libre para una sociedad libre*, pp. 125-126. (La cursiva es mía).

licencia, y sus sucesivas actualizaciones[898], son concebidas y diseñadas con la participación imprescindible del propio Richard Stallman, quien demuestra en ellas una vez más su agudeza e ingenio, creando una fórmula legal que se ha convertido hoy en referencia para miles de programadores de todo el mundo[899]. Una vez que el proyecto GNU cuenta con este *blindaje* contra los intentos de restringir la libre circulación de sus programas, sus colaboradores se ponen manos a la obra y ya en 1990 logran tener listo casi todo el sistema, faltándoles para completarlo la creación de un componente central, el *kernel* ("núcleo", en alemán). En este punto interviene otra de las figuras legendarias ya en la comunidad *hacker*, así como para buena parte de los aficionados a los ordenadores, Linus Benedict Torvalds, el *niño prodigio* que en 1991 proporcionaría al proyecto GNU el *kernel* que le faltaba.

En efecto, este joven estudiante de tercero de Informática de la Universidad de Helsinki, comienza en ese año a manejar su primer PC, un 80386, y encuentra que el sistema operativo que lleva integrado, el MS-DOS, proporciona un rendimiento altamente insatisfactorio. Ante ello, y como buen *hacker*, resuelve crear su propio sistema operativo, basándonse en Unix y modificando el núcleo del sistema Minix para crear una adaptación que permita ejecutar programas de GNU en PCs. Una vez finalizado el desarrollo del *kernel* de dicho sistema, Linus Torvalds lo coloca a disposición pública en el servidor FTP de la Universidad de Helsinki, cuyo gestor le sugiere que lo bautice como Linux (el *nick* de Torvalds en la red informática de su universidad), en lugar del nombre que se le había ocurrido a aquel originalmente, Freax (una mezcla de "*freak*" -"raro"- y "*free*" -"libre"). De este modo, el sábado 5 de octubre de 1991, este *hacker* veinteañero anuncia en la lista de correo electrónico de comp.os.minix la publicación libre de la primera versión de Linux, la 0.02 con el siguiente mensaje:

898 La segunda versión de la GPL, o GPLv2, fue publicada en junio de 1991 y la tercera (GPLv3) acaba de ser publicada a finales de 2006 después de un proceso de discusión abierta que comenzó en enero de este mismo año.

899 Para más información: http://www.gnu.org/licenses/gpl-faq.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

> ¿Eres de los que añoras aquellos maravillosos días del minix-1.1, cuando los hombres eran hombres y escribían sus propios *drivers*? ¿Te encuentras sin ningún proyecto motivador y te mueres por hincarle el diente a un sistema operativo que pudieras intentar modificar según tus necesidades? ¿Crees que es frustrante que todo funcione exclusivamente en minix? ¿Ya no quieres más noches en blanco para lograr que corra un programa en condiciones? Entonces puede que este artículo sea para ti. :-) [...] Se trata de un programa para *hackers* escrito por un *hacker*. He disfrutado escribiéndolo y quizá alguien disfrute también echándole un vistazo e incluso modificándolo en función de sus propias exigencias. Es suficientemente pequeño para ser comprendido, usado y modificado, y estoy deseando recibir cualquier comentario que podáis aportar.[900]

Poco después, en enero de 1992, Torvalds se adscribe al movimiento de *software* libre y al proyecto GNU y, consecuentemente, adopta la licencia GPL para su programa, con lo cual se embarca en un proyecto conjunto con la FSF para combinar el sistema operativo incompleto GNU con el *kernel* compatible de Linux. El resultado es que en 1992 nace GNU/Linux, el primer sistema operativo plenamente libre desarrollado colaborativamente por aquella nueva generación de *hackers* con la que soñara Stallman hacía menos de una década. Desde este momento, el crecimiento y la optimización de este sistema operativo se produce a pasos agigantados y a un ritmo frenético (aprovechando la coincidente expansión de Internet en esos mismos años) hasta nuestros días. Catorce años después, puedo afirmar que el *software* con el que escribo estas líneas y con el que consulto el material para esta tesis doctoral lo he adquirido e instalado libremente gracias al trabajo de una amplísima comunidad de desarrolladores que no se niegan a ayudar a sus vecinos (terrestres).

En cualquier caso, concluye este recorrido acerca del CAL

900 Este fragmento del mensaje de Linus Torvalds, cuya traducción es mía, está extraído de:
http://groups.google.com/group/comp.os.minix/msg/2194d253268b0a1b (última consulta: 27 de octubre de 2006).

apuntando cuáles son sus implicaciones fundamentales en cuanto al modo de producción cultural (y, más concretamente, comunicativa) que propicia y alienta. Para ello se recurrirá al que es uno de los análisis más destacados que se han realizado al respecto, aquel en el que Eric S. Raymond señala las claves de este inaudito y extraordinario "agudo esfuerzo de muchas voluntades concertadas" mediante la contraposición de dos grandes modelos de construcción, el de la "catedral" y el del "bazar". De este modo, en su conferencia de 1997 titulada precisamente "*The Cathedral and the Bazaar*"[901], este programador de Boston comienza por reconocer la enorme perplejidad que siente al comprobar que GNU/Linux hace desmoronarse la concepción que hasta entonces tenía acerca de cómo ha de desarrollarse el *software* de gran envergadura, la cual sintetiza como el "modelo catedral".

En efecto, Raymond reconoce que hasta ese momento estaba convencido de que la creación de un sistema operativo exigía una minuciosa planificación y desarrollo que estaba reservada a una élite de "brujos" y "magos" privilegiados, los cuales habrían de trabajar aislados del mundo y sin permitir que este accediera a las "versiones beta" de su trabajo antes de que este estuviera listo. A la manera de aquella "perversión estética" a la que aludía Henry Jenkins al describir cómo eran percibidos hegemónicamente los modos de lectura de los fans con respecto a los productos de las industrias culturales, Raymond se escandaliza cuando se encuentra repentinamente ante un sistema operativo desarrollado colaborativamente gracias a la contribución nuclear de un joven finlandés que confiesa humilde: "Básicamente soy una persona muy vaga a la que le gusta obtener el crédito por lo que en realidad hacen otros"[902]. La irrupción de GNU/Linux (con su gigantesca comunidad de programadores *amateurs* -en el mejor sentido y

901 Dicha conferencia fue presentada en el Linux Kongress de 1997 y posteriormente apareció publicada junto a otros ensayos en: E. S. Raymond, *The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. O'Reilly & Associates, Cambridge (Massachusetts), 1999. Para este trabajo hemos consultado la versión 3.0 del texto, revisada por última vez en septiembre de 2000 y disponible en: http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar/ (última consulta: 27 de octubre de 2006).

902 Cita extraída de: *Idem.*

englobando también a los profesionales- que lo respalda y mejora cada día) representa para Raymond ni más ni menos que una *desacralización* radical del modelo de desarrollo de los programas informáticos:

> Linux es subversivo. ¿Quién habría imaginado hace sólo cinco años que un sistema operativo de dimensión mundial podría ensamblarse, como por arte de magia, gracias al *hacking* a tiempo parcial de varios miles de programadores diseminados por todo el planeta y conectados únicamente por los frágiles hilos de la red de Internet? [...] El estilo de desarrollo de Linus Torvalds ("publica rápido y a menudo, delega todo lo que puedas, sé abierto hasta la promiscuidad") me cogió por sorpresa. Nada que ver con la reverente y pausada construcción de una catedral. Más bien la comunidad Linux parecía asemejarse a un enorme y bullicioso bazar repleto de propósitos y enfoques dispares [...] de donde un sistema coherente y estable sólo podría emerger gracias a *una sucesión de milagros*.[903]

He aquí que este programador ha de desechar buena parte de lo que daba por sabido hasta ese momento y, centrándose en la figura de Linus Torvalds (a quien considera todo un "talento de la ingeniería" dotado de "un sexto sentido para evitar los callejones sin salida en el desarrollo y la depuración"[904]), comienza a estudiar cuáles son los principios fundamentales mediante los cuales se organiza esa simpar "sucesión de milagros" que está en la base del "modelo bazar" de construcción de *software*. Tales principios son sintetizados por Raymond en diecinueve afirmaciones, de las cuales extraigo aquellas cinco que estimo más interesantes para comprender el potencial creativo del CAL.

La segunda de dichas afirmaciones establece algo que casa perfectamente con lo analizado en el punto 4.3.1: "Los buenos programadores saben qué escribir. Los grandes programadores saben qué reescribir (y reutilizar)". Nos encontramos aquí con una loa a aquella variante virtuosa de la pereza que ya identificó Levy en su "ética

903 *Idem*.
904 *Idem*.

hacker" y que implicaría el desdén hacia cualquier actividad que implique malgastar su energía en algo que puede haber realizado algún otro previamente. Consecuentemente con ello, Linus Torvalds no trató de escribir su núcleo desde cero, sino que puso a prueba el código que ya había sido escrito para el sistema operativo de Minix hasta que finalmente se encontró en condiciones de desecharlo y construir su propia versión. También resulta muy sugerente para nuestro propósito en este apartado el quinto de los principios que subraya Raymond y que reza: "Cuando pierdes el interés en un programa, tu último deber consiste en legárselo a un sucesor competente". Se trata, en esta ocasión, de la clara conciencia que posee el *hacker* de estar manejando una *herencia* que toma la forma de proyectos informáticos en los que han invertido generosamente esfuerzo y creatividad muchas personas y que, por tanto, no deben caer en saco roto una vez que dejan de atraer a uno de los eslabones de esa cadena.

"Publica rápido y a menudo. Y escucha siempre a tus usuarios" es la séptima de las aseveraciones con las que este autor caracteriza el "modelo bazar" y se funda en un respeto profundo y sincero hacia los usuarios y en el claro convencimiento de que en la medida en que se los hace constantemente partícipes de los hallazgos de programación, se les está incitando a colaborar con sus propias contribuciones y a sentir el proyecto como *suyo*. De este modo, dejan de ser vistos meramente como "clientes" para pasar a ser *cómplices*. El corolario de este principio es lo que Raymond denomina la "Ley de Linus", según la cual "Dada una base suficientemente amplia de probadores de las versiones beta y de desarrolladores, prácticamente todos los problemas serán rápidamente identificados y su solución se hará obvia para alguien". Para acabar, resulta muy sugerente la última afirmación del programador de Boston, en la que vislumbra nítidamente el enorme potencial que encierra la expansión de la red de Internet para estas comunidades cooperativas de *hackers* (potencial que aquí se propugna como presente por extensión en el ámbito de las industrias culturales en red): "Si el coordinador de desarrollo cuenta con un medio de comunicación al menos tan bueno como Internet, y es capaz de dirigir sin coerción, muchas cabezas inevitablemente funcionarán mejor que una sola". Es en este punto

donde Raymond defiende las bondades del modelo bazar de desarrollo de *software* mediante la apelación a aquel "agudo esfuerzo de muchas voluntades concertadas" al que aludiera el mencionado geógrafo anarquista Kropotkin en su biografía "Memorias de un revolucionario":

> Habiendo sido criado en una familia que disponía de siervos, empecé mi vida activa, como todos los jóvenes de mi época, con una gran confianza en la necesidad de mandar, ordenar, reprender, castigar y demás. Pero cuando tempranamente hube de hacerme cargo de empresas importantes y tratar con hombres [libres], y cuando cada error podría desencadenar graves consecuencias, comencé a apreciar la diferencia entre actuar bajo el principio del mando y la disciplina y actuar bajo el del entendimiento común. El primero funciona admirablemente en un desfile militar, pero no vale de nada cuando se trata de la vida real, donde un objetivo sólo puede alcanzarse mediante el agudo esfuerzo de muchas voluntades concertadas.[905]

Una vez concluído aquí el repaso a los valores e implicaciones esenciales del CAL si lo proyectamos, más allá del (crucial, por otra parte) ámbito informático, a los modos de consumir según la idea de Jenkins de que estas prácticas furtivas pueden retener algo de lo que arrebatan a los amos de los *cotos* culturales y generar una producción secundaria a partir de ello, queda aún por responder la segunda pregunta que quedó planteada al final del punto 4.3.2. En este punto se desvela especialmente inspirador el reverso de aquella metáfora de los *enclosures* a la que se aludió en el punto 3.2.2.2 al hilo de las amenazas que representan las galopantes restricciones que se vienen imponiendo a la creatividad, la pluralidad y la libertad cultural (concebidas de forma rigurosamente democrática) por medio de la legislación de derechos (de explotación) de autor.

Se trata, pues, de revisar aquella institución social tradicional existente en Inglaterra y Gales a la que se denomina "*commons*" ("terrenos comunales" o, más ampliamente, "bienes comunales").

905 Cita extraída de *idem*.

Dichos *commons* consistían originalmente en una serie de parcelas a las que todos los vecinos de la zona tenían derecho a acceder de forma libre y no exclusiva para ejercer determinada explotación sobre ellos (empleándolos para sus cultivos, para pescar o cazar, como pastos para el ganado, para extraer madera o incluso para construir sus casas). Existieran o no determinados derechos de *propiedad* reconocidos sobre ellos[906], la cuestión es que toda la población a la que se denomina "*commoners*" poseía y ejercía la libertad de acceder a ellos y aprovecharlos de forma comunal, lo que provocó que muchos agricultores ingleses se rebelaran ya en el siglo XVI ante la acusada tendencia a cercar estas tierras y privarles así de la posibilidad de explotarlas colectivamente. Esta resistencia queda reflejado, por ejemplo, en un poema popular inglés datado aproximadamente de 1764: "*They hang the man and flog the woman / That steal the goose from off the common, / But let the greater villan loose / That steals the common from the goose*" ("Se cuelga al hombre y se azota a la mujer / que roban el ganso de las tierras comunales, / pero se deja suelto al mayor de los canallas / que le roba las tierras comunales al ganso")[907].

A partir de esta idea el catedrático de Stanford, Lawrence Lessig, enfoca el CAL como una alternativa transparente y plenamente democrática a aquella regulación invisible y perversa del "código", tal y como él lo define en su libro homónimo. A continuación añade que el hecho de que dicho CAL implique la inexistencia de propiedad sobre las ideas determina que se lo pueda concebir como asentado en una nueva versión de aquellos *commons* tradicionales: las tierras del intelecto de construcción, uso y aprovechamiento comunales. Merece la pena detenerse a considerar la revisión que este profesor propone de este concepto clásico:

906 Los campos conocidos como "*severals*", por ejemplo, eran amplias extensiones de terreno que pertenecían a un terrateniente, el cual conservaba algunos derechos particulares sobre él, pero no podía impedir su aprovechamiento paralelo por parte del resto de sus vecinos.

907 Extraído de la página de *The Commons Institute*: http://www.mercury.org.au/tci%20home.htm (última consulta: 27 de octubre de 2006).

> Se ha convertido en un lugar común concebir Internet como una especie de *commons*. Lo que resulta menos común es tener una idea de en qué consisten dichos *commons*. Con este término me refiero a un recurso que es libre. *No necesariamente sin coste, sino que, en el caso de que este exista, se tratará de un coste impuesto neutral o igualitariamente.* Central Park es un ejemplo de *commons*: un extraordinario recurso lleno de paz en el centro de una ciudad que es cualquier cosa menos pacífica; una vía de escape y un refugio que cualquiera puede tomar y usar sin permiso del resto. Las calles públicas son otro ejemplo de *commons*. Sin atender a otro horario que el tuyo, puedes salir a la calle y dirigirte adonde desees [...], sin requerir un certificado o autorización del gobierno. [...] el software libre también forma parte de los *commons*: [...] Se trata de recursos que están protegidos por normas de responsabilidad más que por aquellas otras de propiedad. [...] No es que no exista control sobre ellos, sino que se les aplica un tipo de control diferente del que implica la propiedad.[908]

Desde este punto de vista, Lessig remite a la amplia e importante literatura que, en el ámbito del derecho y antes incluso de que estas cuestiones pasaran a primer plano con la llegada del "ciberespacio", viene defendiendo en una gran variedad de contextos las irrenunciables ventajas derivadas de la preservación y reconquista de los terrenos intelectuales comunes. Será a partir de tales reflexiones que este autor emprenderá un paso decisivo en pos de dicha defensa de los *commons* intelectuales al aliarse con otros destacados juristas afines a tales propuestas para poner sus conocimientos legales al servicio de la redefinición e implementación jurídicas de lo que bautizarán como "*creative commons*". Se trata, en definitiva, de *copiar* el *coup* legal que Stallman dio en el campo de la programación informática con la invención del *copyleft*, estudiarlo, modificarlo para que pueda adaptarse a las necesidades específicas del amplio espectro de las expresiones creativas y, finalmente, redistribuir su versión de dicho mecanismo para

908 L. Lessig, "The Architecture of Innovation", en *Duke Law Journal*, nº 51, abril de 2002, p. 1788.

que todos puedan beneficiarse de ella.

De este modo en el año 2001 un grupo de productores y de estudiosos de los derechos de autor y del ciberespacio de diferentes universidades de EE.UU. (entre los que se encuentran James Boyle, Hal Abelson o Michael Carroll), junto con estudiantes y colaboradores de investigación del *Berkman Center for Internet & Society* de la Escuela de Derecho de Harvard[909] y del *Center for Internet & Society* de la Escuela de Derecho de Stanford[910], pusieron en marcha la organización *Creative Commons* (CC)[911], que preside desde entonces el mencionado Lawrence Lessig. CC nace así como una iniciativa sin ánimo de lucro que, inspirada por la extraordinaria experiencia de producción cooperativa de *software* de GNU/Linux y, más particularmente, por la importancia que entrañó la aparición de la licencia en la que dicha experiencia se sustenta legalmente, la GPL, se propone emular este tipo de experiencias en otros campos de la producción intelectual para ofrecer alternativas jurídicas al *copyright* restrictivo .

CC parte, por tanto, de un seguimiento amplio de aquellas iniciativas *hackers* y a la vez reconoce que su traslación a campos tan diferentes como el cine, la música o el ensayo pasa indefectiblemente por reconocer y atender cuidadosamente la singularidad de cada uno de ellos. En definitiva, esta entidad se propone promocionar el que también en el ámbito de la música, del video, del diseño de páginas *web* o de la literatura, aquella solidaria práctica de "compartir con el vecino" resulte gratificante y enriquecedora para todos. De este modo, diseñan y ofrecen gratuitamente a través de Internet a todos los creadores un abanico amplio y a la vez preciso de alternativas al *copyright* restrictivo para transformar el proceso de obtención de una licencia libre en algo sencillo y dotado de gran flexibilidad.

En cuanto a las líneas maestras que marcan la labor de esta fundación hay que señalar como primordial la de la apertura de un

909 Ver: http://cyber.law.harvard.edu/home (última consulta: 27 de octubre de 2006).
910 Ver: http://cyberlaw.stanford.edu (última consulta: 27 de octubre de 2006).
911 Ver: http://creativecommons.org/ (última consulta: 27 de octubre de 2006).

espacio de crítica y, al mismo tiempo, de propuesta y trabajo concretos alrededor de la noción de bienes comunales en los ámbitos intelectual, informacional y artístico, espacio desde el cual sea posible promover la libre circulación de saberes, la compartición de trabajos de los más dispares campos artísticos, así como los procesos de (re)creación y producción colectivas. Junto a ello, CC despliega igualmente un destacado esfuerzo para que su iniciativa no quede constreñida al marco jurídico estadounidense en que surge en un principio y, consecuentemente, lanzan el proyecto *Icommons* (*International Commons*), concebido para diseminar a escala mundial su crítica y sus propuestas merced al desarrollo de *versiones* internacionales de CC.

El camino que se sigue para este proceso de adaptación consiste en que en un principio se conforme un grupo de expertos en informática y derecho de la zona en cuestión, el cual designará un "responsable de proyecto" que sea a la vez su portavoz y su coordinador. Una vez constituido el grupo, este se encargará de elaborar un borrador de adaptación de las licencias de CC, el cual colocará después en una lista de correo electrónico para que pueda iniciarse de inmediato un proceso de discusión sobre los distintos aspectos de ese documento-base. Tras dicho debate, el grupo se encarga de corregir y reelaborar el borrador y obtiene así un documento que sirve ya de referencia para la versión específica de las licencias CC en la jurisdicción correspondiente. En junio de 2006 se contaban medio centenar de proyectos dentro de esta red internacional, de los cuales treinta y uno han completado ya el proceso de adaptación de dichas licencias a la específica legislación de derechos de autor de su país, entre ellos CC-España y CC-Cataluña, cuyos casos concretos expliqué en "Universidad de Barcelona-*Creative Commons*: Una simbiosis por la difusión del saber"[912].

No es de extrañar este desarrollo de CC en el Estado español si

912 F. Cabello, "Universidad de Barcelona-*Creative Commons*: Una simbiosis por la difusión del saber", en *La universidad en la comunicación. La comunicación en la universidad*, Edipo, Madrid, 2005, pp. 273-279. Posteriormente a esta publicación, que daba cuenta de la traducción de las licencias CC al castellano y al catalán, ha sido completada también su traducción al euskera.

tenemos en cuenta que en marzo de 2003, el por entonces director ejecutivo de la organización estadounidense, Glenn Otis Brown, había realizado en el centro social El Laboratorio 03 de Madrid una de las primeras presentaciones públicas del proyecto a escala internacional. De dicha visita surgirían tanto los citados grupos CC-España y CC-Cataluña como también la recuperación del viejo vocablo castellano "*procomún*", que desde entonces es mayoritariamente aceptado entre los movimientos sociales[913] e investigadores universitarios[914] de nuestro entorno como traducción del inglés "*commons*".

Junto a ello, hay que destacar que de modo coincidente con la presentación en Barcelona en octubre de 2004 de la mencionada adaptación de las licencias CC, la arquitectura legal de dicho procomún es puesta a prueba legalmente por primera vez cuando la agencia de noticias Servimedia toma un artículo de la periodista catalana Mercè Molist, publicado en Internet bajo *copyleft* (y, más concretamente, según una licencia *ad hoc* que requería la autorización de su autora para los usos comerciales del texto), y lo envía como material propio a diversos diarios, entre los cuales el ABC, El Mundo y La Razón lo publican en sus páginas sin comprobar tampoco su procedencia. ¿Ampararían

913 Ver: M. Vidal, "¿Qué es el procomún?, mayo de 2005, http://biblioweb.sindominio.net/telematica/procomun.html#note1 (última consulta: 27 de octubre de 2006).

Igualmente interesantes son los resúmenes que Alejandro del Pino, de la Universidad Internacional de Andalucía, ha elaborado de las ponencias que Miquel Vidal pronunció sobre este mismo concepto en las Jornadas Copyleft de Barcelona y de Málaga en el año 2004. Ver, respectivamente:
http://www.unia.es/arteypensamiento04/ezine/ezine04/abr00.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).
http://www.unia.es/arteypensamiento04/ezine/ezine04/abr05.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

914 Antonio Lafuente, investigador científico en el Instituto de Historia del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, es uno de los autores que ha adoptado y promovido esta noción de "procomún" en sus más recientes trabajos, contribuyendo a extenderlo hasta el ámbito de la ciencia.

A este respecto, se pueden consultar en Internet su *weblog* "Tecnocidanos", consagrado a la defensa de "la gobernanza, la participación en ciencia y el procomún" (http://weblogs.madrimasd.org/tecnocidanos) (última consulta: 27 de octubre de 2006).

efectivamente las leyes de *copyright* aquellas obras que lo desafiaban mediante el empleo de licencias *copyleft*? Asesorada por los abogados Javier Maestre y Carlos Almeida y respaldada abrumadoramente por todo el movimiento de cultura libre (ya no sólo *software*) floreciente en nuestro territorio, Molist demanda a la agencia de prensa ante los tribunales por violación de la legislación de derechos de autor. El 27 de enero de 2005 se llega al Acta de Conciliación, por la que los abogados de Servimedia reconocen su falta y se comprometen a rectificar públicamente enviando de nuevo el artículo con la firma de la periodista y las condiciones con que esta lo publicó en su día[915]. Este precedente judicial quedará confirmado el 9 de marzo de 2006 merced a la sentencia dictada por un Tribunal de Justicia de Amsterdam que reconoce que el tabloide holandés "*Weekend*" reprodujo ilegalmente en sus páginas unas fotos familiares que Adam Curry había colgado en Internet bajo una licencia CC, la cual exigía el pemiso de su productor para hacer uso comercial de ellas, permiso que nunca se pidió[916]. A partir de estas resoluciones hoy es posible ya asegurar que, en términos jurídicos, no se dejará suelto al que le robe al "ganso" sus terrenos comunales creativos[917].

Más allá de este aspecto en cierto modo defensivo, un último apunte ilustrará muy bien la excepcional repercusión cultural que esta configuración de un procomún intelectual abre ante nosotros. Y es que cuando el catedrático de Derecho de la Universidad de Stanford, Lawrence Lessig, publica el 25 de marzo de 2004 su libro "*Free Culture*", donde despliega una argumentada y rotunda defensa del

915 M. Molist, "Hemos ganado. Servimedia rectifica y da validez a una licencia libre", 7 de marzo de 2005, http://ww2.grn.es/merce/literature/copyleftfin.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

916 Groklaw, "Creative Commons License Upheld by Dutch Court", en *Groklaw*, 16 de marzo de 2006, http://www.groklaw.net/article.php?story=20060316052623594 (última consulta: 27 de octubre de 2006).

917 Si tenemos en cuenta que en el último informe de CC de junio de 2006 se anuncia que existen en el mundo ciento cuarenta millones de páginas *web* que emplean actualmente sus licencias, y siendo conscientes de la existencia de otras diversas licencias *copyleft* (incluída, por supuesto, la GNU GPL), podremos calibrar mejor la dimensión de esta apuesta por el *procomún*.

procomún frente a las graves amenazas culturales que para él entraña el cerrojazo de la lógica del "todos los derechos reservados", se muestra extremadamente cuidadoso con que la difusión de su obra sea igual de respetuosa con la libertad intelectual como lo son las ideas que contiene (¡!). De este modo, el jurista optará por combinar una edición en papel bajo *copyright* restrictivo con la editorial Penguin Books con la puesta a disposición simultánea en su página *web* de un archivo en formato .pdf con la obra íntegra bajo una licencia CC que reconoce (excepto para los usos comerciales, en cuyo caso se requiere autorización) la libertad de sus lectores de copiar y difundir libremente el texto y, adicionalmente, de modificarlo, estableciendo que dichas modificaciones habrían de garantizar los mismos derechos al ser publicadas a su vez (esto es, como en el *software* libre).

La historia nos ha demostrado que Lessig había tomado buena nota de aquel último principio del "modelo bazar" según el cual el coordinador de un proyecto que supiera manejar una herramienta reticular como Internet sin ningún afán coercitivo podría obtener lo mejor del trabajo colaborativo de muchas voluntades libremente "concertadas". Treinta y seis horas después de su publicación, y en virtud de la libertad de modificación reconocida, ya existían versiones de su libro en nueve formatos diferentes[918]. Cuarenta y ocho horas después de su publicación ya estaba disponible una versión en audio de la obra[919] (con lo cual, por ejemplo, cualquier persona ciega podría acceder a su contenido en inglés). Pocos meses después grupos de voluntarios comenzarían a publicar en Internet las primeras traducciones del libro a diferentes idiomas (incluyendo el chino, el polaco, el húngaro o el

---

918 Ver: http://www.lessig.org/blog/archives/001809.shtml (última consulta: 27 de octubre de 2006).

919 El 24 de mayo de ese mismo año Suw Charman publicaba en su blog el artículo "*Something for Nothing: The Free Culture AudioBook Project*" en el que relata el proceso colaborativo que permitió la creación de esta primera versión audio del libro. Ver: http://chocnvodka.blogware.com/blog/_archives/2004/5/24/75489.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

Los archivos en formato .mp3 están disponibles, entre otros sitios *web*, en: http://akma.disseminary.org/archives/001256.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

rumano[920]), apareciendo el 1 de septiembre del mismo año la versión en castellano, realizada por Antonio Córdoba en colaboración con el colectivo Elástico[921]. Acaso esta virtuosa dinámica colaborativa desencadenada por la honesta apuesta de Lessig, así como la riqueza (re)creativa que aquella generó, constituyan la lección más inolvidable que este catedrático universitario haya impartido jamás acerca de la libertad cultural.

920 Ver: http://www.free-culture.cc/remixes (última consulta: 27 de octubre de 2006).
921 Ver: http://www.elastico.net/archives/001222.html (última consulta: 27 de octubre de 2006).

CAPÍTULO 5.
ESTUDIO DE CASOS

CAPÍTULO 5.
ESTUDIO DE CASOS

5.1. The Yes Men y la OMC

5.1.1. ®™ark: *Just undo it*

El relato que en estas líneas se emprende acerca de las intervenciones que el grupo de impostores bajo el nombre artístico de *The Yes Men* ("Los Hombres Sí", apelativo que, como quedó explicado, alude a la asunción plena de la identidad de aquellos a los que suplantan, para ponerlos en evidencia mediante una afirmación hasta el extremo) ha llevado a cabo con respecto a la OMC requiere que sea presentado previamente el que viene a ser su proyecto matriz o, si se prefiere, su particular *mecenas*, ®™ark.

Para ello, hay que empezar por aclarar el sentido de la intrincada denominación con la que esta organización se presenta y que entraña una especie de doble acertijo: Por un lado, al pronunciar literalmente en inglés "®™ark" obtenemos como resultado /artmark/, cuya traducción, "marca de arte", supone ya una fuente de identificación de la actividad de esta entidad, si bien intencionalmente confusa y hasta contradictoria. No en vano en ella coexisten las referencias a dos ámbitos formalmente separados como son el arte y las marcas comerciales, pero que esta iniciativa propone conjugar. De esta manera, ®™ark parte de una postura de marcada oposición a las grandes corporaciones y a las organizaciones que rigen la economía global, para presentar un "sistema" que permite a un amplio espectro de sujetos articular su rechazo a las políticas promovidas por esas instituciones de forma creativa y artística. Y una de las ideas fundamentales sobre la que se activa este proyecto es precisamente la originalidad de sustentarlo sobre una *marca*, ®™ark, (o, si se prefiere, una *antimarca*, dada su naturaleza paródica), que actuaría a modo de nexo entre los actores y elementos implicados en las distintas

intervenciones propuestas.

Este guiño de identidad intencionalmente confusa queda aún más patente al constatar que aquella pronunciación se deriva del uso de dos de los símbolos (junto a la © de *copyright*) más ampliamente extendidos y representativos del régimen de propiedad intelectual imperante: la ® (de marca registrada) y la TM (*Trade Mark*, marca comercial). De nuevo es la *marca* elegida por esta iniciativa para presentarse públicamente la primera en evidenciar la perspectiva irónica desde la que se plantea el cuestionamiento del sistema económico capitalista (a través de una tergiversación de los símbolos que suponen su carta de presentación) y de su implementación en el ámbito de las ideas y del arte mediante las leyes de propiedad intelectual.

Surgiendo precisamente de dicho ámbito, y ubicando plenamente en él sus operaciones, ®™ark desafía las constricciones señaladas con un sistema que permite a cualquier usuario compartir ideas y propuestas artísticas de denuncia a las grandes empresas mundiales, las cuales a su vez pueden ser asumidas por otros usuarios distintos (sin necesidad de que se conozcan entre ellos) para llevarlas a cabo. Más allá de lo afortunado de la intervención crítica, lo que se acaba de exponer implica virtualmente, y así ha sido estos últimos años, una concepción de la práctica artística alejada de las consabidas mayúsculas de la "Autoría", la "Obra" o la "Originalidad", para pasar a considerarla como algo radicalmente *viral*, colectivo (planeado y ejecutado entre minúsculas complicidades) y no sometido a apropiación excluyente, sino fácilmente asumible y replicable.

Mas ahí no acaba el acertijo, pues a continuación de los citados símbolos, aún queda la partícula "ark", que traducimos en castellano como "arca" y que supone otra vuelta de tuerca a las posibilidades de interpretación de su denominación. El propio sistema ®™ark ofrece un compendio de todas estas consideraciones en su texto de presentación titulado "®™ark: Un sistema para el cambio":

> Invirtamos la imagen: a escala local y en la medida en que

> ®™ark ayuda a personas que quieren cambiar de carrera, paga vacaciones, etc., resulta que somos una especie de arca hecha de ® y ™ (o sea, a base de beneficios obtenidos de las costillas de las corporaciones, jugando con la palabra inglesa "ark" y el ® y ™ previos). A escala global, somos un arca para que algo de humanidad flote en medio del diluvio de las ® y las TM , un intento de dar a nuestros pensamientos y deseos un vehículo que los haga visibles y plenos de sentido en el a menudo demasiado mecánico mundo que nos rodea.[922]

A partir de esta concepción cuasibíblica de su labor se aborda a continuación la presentación de qué es y cómo funciona exactamente esta "arca local y global". Para comenzar hay que remarcar que la reapropiación irónica y burlesca de principios de la economía capitalista está en el corazón mismo de ®™ark, que maneja con soltura conceptos mercantiles para introducirlos a voluntad a modo de ilustración de las claves de su funcionamiento. De este modo, por un lado encontramos en el texto previamente citado su definición como "un sistema de trabajadores, ideas y dinero cuya función es apoyar el sabotaje inteligente de materiales producidos y distribuidos masivamente"[923]. Se reconoce abiertamente, pues, que este sistema se configura como punto de encuentro para colectivos y sujetos que pretenden promover y ejecutar *ataques* contra determinados productos, y ello con un marcado componente creativo y con la especificidad de que sus proyectos "nunca causan daños físicos a nadie ni pretenden dañar irreversiblemente un producto o los beneficios de una compañía"[924], si bien este último aspecto responde principalmente a una cuestión de "supervivencia", según la propia organización.

Sin embargo, a renglón seguido de esta belicosa declaración de intenciones anticorporativas, y al desglosar los cuatro pilares fundamentales de sus propuestas de "sabotaje" (la idea, el trabajador, el

922 ®™ark, "®™*ark*: Un sistema para el cambio", en AA.VV., *Modos de Hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*, p. 465.
923 *Ibid*., p. 462.
924 *Idem*.

dinero y el producto final), ®™ark sintetiza cuál sería su labor de coordinación entre dichos elementos mediante expresiones propias de la terminología capitalista, que deforman hasta convertirlas en chocantes. Así, refiriéndose a las ideas, se afirma que cualquiera puede presentar una ya que, con la sola salvedad explicitada arriba, la ejecución del proyecto "se guía por las leyes del mercado"[925]. Igualmente se explica que la financiación de los proyectos se canaliza a través de una suerte de *clones* populares de los fondos de inversión "que ofrecen altos dividendos culturales con niveles de riesgo personalizados para cada uno de nuestros clientes"[926] o incluso llegan a plantearse si, dado su particular sistema de captación y remuneración de los trabajadores, ®™ark no vendría a ser una especie de "ETT diabólica"[927].

A través de esta retahíla de expresiones *apócrifas* de libre mercado estamos ya en condiciones de alcanzar una mejor comprensión de la propuesta artístico-agitadora que hace casi una década lanzaba ®™ark. Se trata, pues, de un sistema que, siguiendo en cierta manera el modelo de los promotores culturales, pretende que los diversos actores que intervienen en el proceso creativo traben contacto entre sí, en este caso particular para desarrollar "actos de sabotaje con propósitos estéticos o activistas"[928] contra las grandes empresas e instituciones comerciales que consideran profundamente nocivas para los ciudadanos y la democracia. Es así cómo aquellas asociaciones o personas a las que se les ocurre una propuesta de sabotaje pueden exponerla para que otras la conozcan y, en su caso, recojan el guante y la ejecuten, y para que igualmente terceros colectivos o sujetos contribuyan a dicha ejecución como *mecenas*. La culminación de todo este proceso recaería en la propia ®™ark que, al presentarse como una corporación más (con sus derechos como "persona jurídica" y también con su responsabilidad limitada, aunque distinguiéndose por ser "la primera y única compañía

925 ®™ark, "Te lo pone a huevo" (traducción del guión del corto "Bringing IT to YOU!" de ®™ark), http://www.rtmark.com/legacy/bityscriptsp.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).
926 *Idem*.
927 ®™ark, "®™ark: Un sistema para el cambio", p. 465.
928 *Ibid.*, p. 461.

que mide el crecimiento dinámico del capital cultural, no del económico"[929]), y no como un grupo artístico o político, se ampararía en su estatuto legal para proteger a los implicados de modo que puedan salir indemnes legalmente del proyecto. Más allá, esta entidad se valdría de la referida imagen corporativa confusa que le brinda su antimarca para *reivindicar* esos actos y conseguir para ellos la mayor y más favorable atención mediática, desplegando a tal fin un manejo altamente refinado de las más variadas técnicas de relaciones públicas. En conclusión, y volviendo a aquellas referencias apócrifas con las que se abría este párrafo, el papel de este sistema en el campo de las prácticas estéticas y comunicativas de denuncia pública de las grandes empresas es resumido así: "®™ark es una cosa así como entre casamentero y oficina bancaria, ayudando a que grupos o individuos encuentren financiación para sus proyectos de sabotaje"[930].

Una vez que nos hemos aproximado a la original empresa cultural que se halla tras el *velo* corporativo de ®™ark, disponemos ya de un elemento clave para poder reconstruir cuáles han sido las trayectorias respectivas de los hoy integrantes de *The Yes Men* y cómo estas han llegado a confluir para que puedan entrar en contacto (y complicidad). De esta manera, antes de pasar a detallar sus más recientes intervenciones, resulta interesante dar cuenta de los proyectos previos en que han estado implicados sus componentes, y ello con dos motivos fundamentales que conviene subrayar. Por un lado, porque dichos proyectos suponen precedentes directos de sus actuales prácticas y, por tanto, nos habilitan para bosquejar históricamente la evolución de sus formas y procedimientos artísticos, así como de sus fuentes de inspiración y focos de atención. Pero también impulsa este recorrido la constatación de que la repercusión pública y la atención mediática amplias que han generado sus intervenciones en Norteamérica, y en los últimos años en Europa, han traído aparejada la circulación de algunas versiones incompletas, equívocas o simplemente erróneas acerca de sus

929 ®™ark, "What is ®™ark RTMARK Today? 10 Years of Value", http://www.rtmark.com/rtcom/success/newsroom (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

930 ®™ark, "®™ark: Un sistema para el cambio", p. 462.

actividades, que en esta investigación procuro despejar. Compleja tarea, no obstante, cuando comprobamos que algunas de las más elaboradas entre esas versiones dudosas fueron diseminadas precisamente por sus propios protagonistas en otra vuelta de tuerca de aquella *difusión de identidad* a que se aludía al comienzo. En cualquier caso, prosigamos nuestro recorrido tratando de responder a la pregunta: ¿De dónde surge esta extraña pareja artífice de ®™ark y *The Yes Men*?

5.1.2. Orígenes de *The Yes Men*

The Yes Men son Andy Bichlbaum y Mike Bonanno... por ahora. Aquí al menos me referiré a ellos por esos nombres para rastrear su *carrera artística*[931]. Y es que cualquiera que se interese por este peculiar grupo de *pranksters* (bromistas) ha de tener muy presente que la identidad que vienen adoptando para sus intervenciones desde el comienzo de su actividad ya no es que sea difusa, sino que sufre continuas mutaciones marcadas por las exigencias de la situación (sin descartar la influencia que en ello puedan tener también los abogados de sus *víctimas*). Por tanto, nos quedaremos con los nombres mencionados para emprender a continuación la reconstrucción de sus trayectorias previas, tanto por separado como desde que forman pareja artística.

5.1.2.1. La Organización para la Liberación de Barbie y su cambiazo *navideño*

Lo primero que llama la atención al estudiar la figura de Mike Bonanno es el extenso y destacado *curriculum vitae* que este artista posee en el ámbito académico, tal y como queda recogido en la tesis de graduación que Lani Boyd presentó en 2005 acerca de *The Yes Men*[932]. Así, tras concluir su Master en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de California, este joven californiano pasa a impartir clases en el Instituto de Bellas Artes de California en LaJolla y posteriormente ingresa en el Instituto Politécnico Rensselear de Nueva York, donde es profesor asociado de artes electrónicas integradas *actualmente*[933]. Ahora

931 No querría dejar de destacar, dentro del equipo de *The Yes Men*, a otras tres personas que se incorporaron a él más tarde, Patrick (animación), Matt (gráficos) y Bob (edición, ideas, experiencia real), nombrados en M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 17.

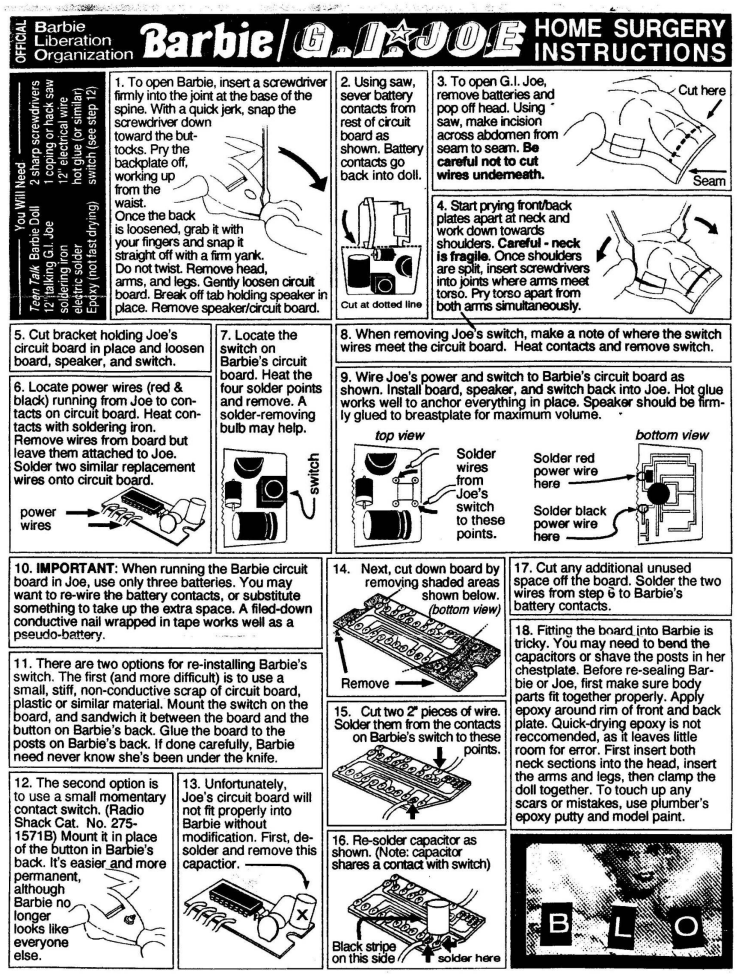
932 L. Boid, *The Yes Men and activism in the Information Age*, mayo de 2005, p. 2. Consultada en: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-04142005-174336/unrestricted/TheYesMen.pdf (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

933 La cursiva alude a la investigación que el citado Instituto le abrió a Bonanno en 2005 a raíz del más reciente sabotaje de *The Yes Men*, *inspirado* por el gigante químico *Dow Chemicals* y el vigésimo aniversario de la catástrofe de Bhopal,

bien, a poco que se lea entre líneas el acopio de méritos universitarios con el que cuenta este docente, queda patente la brillantez de su otra carrera, la artístico-saboteadora, cuyo primer episodio se remonta a 1993, cuando el por entonces estudiante de Bellas Artes decide consagrar los meses previos a la Navidad a practicar la microcirugía casera en el ramo de la industria del juguete.

De esta manera, Bonanno y un grupo de colaboradores impulsan aquel año la fundación de la Organización para la Liberación de Barbie (BLO, *Barbie Liberation Organization*) con el objetivo de ejecutar la que bautizan como "*Operation Newspeak*" ("Operación Nueva Voz"). Dicha operación pretende aprovechar la oportunidad que brinda la similitud del *hardware* de voz de la muñeca Barbie *Teen Talk* y del muñeco soldado *Talking Duke G.I. Joe* para darles el *cambiazo* en plena campaña navideña de juguetes con el objetivo de sacar a relucir los estereotipos sexistas y belicistas representados en estos juguetes y en *sus* palabras. De este modo, pocos meses antes de la Navidad la BLO pone en marcha un plan que contempla tres fases clave: la compra de 300 muñecos de Barbie y G.I. Joe, su posterior paso por el quirófano de la BLO para someterlos a trasplantes cruzados de voz (ver la ilustración 45) y finalmente su devolución a las estanterías de las tiendas (entrando en ellas como clientes con cajas camufladas en sus abrigos).

ciudad india donde unas veinte mil personas murieron y casi medio millón resultaron afectadas a raíz de un escape de gas de una planta química propiedad de *Union Carbide* -actualmente bajo control de *Dow Chemicals*.



Octavilla elaborada por la *Barbie Liberation Organization* con las instrucciones pormenorizadas para poder realizar una cirugía casera entre la Barbie *Teen Talk* y el *Talking Duke* G.I. Joe[934]

934 Extraída de: http://users.lmi.net/~eve/barbie.html (última consulta: 1 de noviembre

Todo este proceso desemboca finalmente en el resultado de que aquella Navidad de 1993 varios centenares de niños de EE.UU., que habían pedido sus muñecos preferidos a Santa Claus, se encuentran con la sorpresa de que reciben unos que invierten sus papeles, con la Barbie rubia platino arengando ásperamente: "¡Tropas! ¡Ataquen ese avión Cobra con arsenal pesado!" o espetando "Los muertos no mienten" y con el soldado de mandíbula cuadrada y armado hasta los dientes que afirma con voz chillona: "Me encanta ir de compras" o "¡Planeemos nuestra boda de ensueño!". Mike Bonanno recuerda divertido en la mencionada película "*The Yes Men*" cómo muchos niños se lo pasaron en grande jugando con esos originales "muñecos locos" y hasta qué punto fue amplia y positiva la repercusión pública que el BLO supo obtener para un sabotaje de una gran audacia, pero que no dejaba de ser muy modesto en recursos.

Y es que ya en 1993 Bonanno y sus cómplices demuestran una fina astucia para manejar las técnicas de relaciones públicas y valerse del contexto navideño, saturado de refulgentes *spots* comerciales y de compras de juguetes, con el fin de atraer la atención de los *massmedia* hacia su particular *vudú* contra el machismo y la guerra. Baste un solo ejemplo para ilustrar cuán desarrollado posee esta organización el sentido de aprovechamiento táctico de sus limitadas posibilidades comunicativas[935]: Una vez que la cirugía del *hardware* de voz de los muñecos ha concluido con éxito, y antes de devolver las cajas de Barbie y G.I. Joe a los estantes de las jugueterías, la BLO toma la precaución de adherir unas pegatinitas en la espalda de los muñecos donde facilitan una serie de números de teléfono a los que los clientes podrían llamar en caso de que detectaran "algún problema con el muñeco"[936]. Dichos números en realidad no son otros que los de las redacciones de informativos de las principales cadenas de televisión, a las que paralelamente la propia BLO

de 2006).

935 Los propios *The Yes Men* describen su manejo de la atención de los *massmedia* y la cobertura nacional e internacional en estos primeros sabotajes de la BLO, así como de *Simcopter* (que a continuación se presenta) en: M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 16.

936 *Idem*.

se encarga de enviar un detallado videoreportaje de la "*Operation Newspeak*" una vez que esta ha sido completada. Tan esmerada labor da pronto sus frutos y la noticia del cambio de voz de los juguetes salta esa Navidad a la primera plana televisiva[937], apareciendo reflejada en la serie *The Simpsons*[938] y en muy diversos informativos locales y nacionales, entre los cuales destacan *Channel 13 News*, *CNN News* y, sobre todo, el reportaje de más de dos minutos que le dedicó el noticiario nacional de las cinco de la tarde *NBC Dateline*[939]. Al final de este último, de hecho, se reconoce al propio Mike Bonanno, quien, tocado con un gorro de Santa Claus, declara ufano ante las cámaras: "Somos como Papá Noel, sólo que menos radicales: Papá Noel se mete en las casas de la gente, nosotros no"[940].

La BLO, en la CNN[941]

937 La BLO elaboró un video recopilatorio de los mejores momentos de la cobertura que los informativos de televisión dedicaron a la "*Operation Newspeak*", cuyo guión puede ser consultado en:
http://www.rtmark.com/legacy/bloscript.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

938 *Idem*.

939 Ver: *NBC Evening News* del 29 de diciembre de 1993, http://openweb.tvnews.vanderbilt.edu/1993-12/1993-12-29-NBC-23.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

940 La traducción es mía.

941 Fotograma extraído de la película citada "The Yes Men".

Mike Bonanno, junto con colaboradores del BLO, en el noticiario *NBC Dateline*[942]

"Estábamos obligados a decir cosas que no deseábamos. Afortunadamente nos hicimos una revisión en un hospital especial y corregimos el daño. ¡Tú puedes ayudarnos! ¡Danos voces nuevas! ¡Libéranos!"
Otra octavilla realizada por la BLO para su "*Operation Newspeak*"[943]

942 *Idem*.

943 Extraída de: http://users.lmi.net/~eve/barbie.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

*5.1.2.2. "*Simcopter*": Un "huevo de Pascua" en la línea de fuego*

Dos años después de esta exitosa iniciación al sabotaje de Bonanno, le llegará el turno a la otra cabeza visible de los actuales *The Yes Men*, Andy Bichlbaum, quien por entonces trabaja como programador para una conocida empresa de videojuegos radicada en Walnut Creek (California), *Maxis Inc.* Un par de años atrás esta empresa se había embarcado en una cuantiosa inversión destinada a diseñar un videojuego de luchas armadas callejeras con el que la fabricante del "*SimCity 2000*" pretendía dar un paso más para conquistar ese lucrativo sector del mercado audiovisual: Se trataba del juego electrónico denominado "*Simcopter*". En el marco de esta millonaria apuesta, Bichlbaum es contratado como diseñador gráfico de los *extras* que aparecen en segundo plano del violento videojuego, los cuales, para su mayor frustración creativa, responden a un diáfano perfil machista e implican la inclusión obligada en pantalla de los consabidos machos rudos y de mujeres rubias platino de prominentes senos.

Desalentado cada vez más por la tarea que le es encomendada desde *Maxis Inc.*, Andy Bichlbaum decide rebelarse a través de sus diseños contra la propagación de estos estereotipos sexistas. De esta forma el segundo miembro de *The Yes Men* recupera una *tradición* célebre entre los programadores de videojuegos, consistente en infiltrar en las piezas que diseñan contenidos cómicos y burlescos de cosecha propia (lo que en inglés se denomina "*Easter eggs*", "huevos de Pascua" en traducción literal), y comienza a practicar en su oficina lo que podríamos considerar una versión informática de *la perruque*. Gracias a su habilidad como diseñador, no le resulta demasiado complicado reprogramar algunos de los personajes secundarios de "*Simcopter*", introduciendo sensibles modificaciones en su aspecto: Las mujeres rubias sufren profundas mutaciones que las hacen ahora asemejarse más bien a *drag queens*; además, algunos personajes masculinos quedan transformados en musculosos hombres en bañador que, al encontrarse unos con otros por la calle (o incluso a veces con el propio protagonista de la acción), se funden en sonoros besos de tornillo; finalmente, a partir

del décimo nivel del juego, la superación de una pantalla es celebrada por hombres danzando también en traje de baño. Para cuando *Maxis Inc.* descubre el sabotaje (después de varios meses y sólo gracias a la perspicacia del propio creador de "*SimCity*", Will Wright) y despide *ipso facto* a Andy Bichlbaum, acusado de "inserción de contenido no autorizado", ya no queda tiempo para retirar de la circulación el videojuego: La distribución comercial de "*Simcopter*" había comenzado el 20 de noviembre de 1995 y *Maxis Inc.* no puede evitar que más de 80.000 copias del juego incluyendo las citadas escenas homoeróticas lleguen a las tiendas estadounidenses.

Amén de lo satírico de la intervención, de nuevo es digna de reseñar la aguda inteligencia táctica que pone en acción este programador para aprovechar, él también, el momento clave que supone para este tipo de productos electrónicos la campaña comercial de Navidad. Así, Bichlbaum logra que su sabotaje, discreto por más que presente en miles de copias del videojuego, obtenga una amplia cobertura mediática, la cual está en buena medida cargada de simpatía (destacando, por ejemplo, el reportaje de más de un minuto en *Fox 5 News* o los artículos en *The Wall Street Journal*[944] y *Wired Magazine*[945]). Como consecuencia de ello, esta versión de "*Simcopter*" pasa en poco tiempo a considerarse una suerte de declaración activista *gay* sobre los videojuegos y su perfil machista.

Finalmente, no hemos de perder de vista una implicación fundamental para nuestro recorrido por los antecedentes de *The Yes Men* que se deriva directamente de este particular "huevo de Pascua" de Bichlbaum. Y es que será precisamente la impresión que le produce al diseñador "lo fácil que era conseguir la atención de la prensa internacional para una causa activista"[946] y la intuición de lo que podría

944 Citado en M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 16.

945 S. Silbermann, "Boy 'Bimbos' Too Much for Game-Maker Maxis", en *Wired Magazine*, 3 de diciembre de 1996. Consultado en: http://wired-vig.wired.com/news/print/0,1294,775,00.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

946 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 16.

llegar a realizarse disponiendo de más personas, recursos e ideas, lo que lo impulsa a crear el proyecto ®™ark, tal y como lo hemos descrito previamente, y a ponerse en contacto con su actual pareja artística (lo cual explicaremos unas líneas más abajo). Junto a esto, hay que citar también la influencia decisiva que supone para el nacimiento de ®™ark el hecho de que en el año 1996 la asociación *Magazine Publishers of America*[947] concediera uno de sus reputados "Premios Gilbert Kelly" a *The Foundation for Convulsive Beauty* (La Fundación por la Belleza Convulsiva), organización anónima que, impulsada por Andy Bichlbaum, recibiría 20.000 dólares en concepto del "premio al mejor acto de subversión creativa que afecta a un producto comercial altamente visible". La enorme publicidad que conlleva tal galardón determina que cada vez más periodistas, artistas y público en general se interesen por su trabajo, lo cual decide a Bichlbaum a poner en marcha esta "ETT diabólica" en la red de Internet, a la caza de ideas y, por supuesto, de *inversiones* financieras para llevarlas a cabo.

En este sentido, resulta muy esclarecedor remitirnos de nuevo al libro escrito por *The Yes Men*, por cuanto en su introducción se halla una confesión respecto a los orígenes de ®™ark que supone una nueva muestra de su pericia para sacar partido de los *massmedia*. Así, el libro se abre con la admisión de que Mike Bonanno conoce por primera vez a Andy Bichlbaum cuando este, tras enterarse de los experimentos *quirúrgicos* del californiano, se pone en contacto con él "preguntándole si quizás, y sólo quizás, ®™ark había financiado también a la Organización por la Liberación de las Barbies"[948]. Con esta maniobra Bichlbaum trata de alimentar el rumor sobre ®™ark que había propagado previamente entre algunos periodistas, a los que aseguraba que su sabotaje de *Simcopter* fue financiado con 5.000 dólares a través de la lista de proyectos colgada en el sitio *web* de dicha compañía (dólares que, en realidad, Bichlbaum se había ingresado en su propia cuenta). Inmediatamente, Bonanno queda seducido por el proyecto y decide contribuir a su promoción, *recordando* que la BLO había sido financiada mediante la donación de 10.000 dólares por parte de un grupo

947 Ver: http://www.magazine.org/home (última consulta: 1 de noviembre de 2006).
948 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 16.

de veteranos de guerra hastiados de juguetes bélicos y machistas. A partir de este momento, la complicidad de ambos artistas en torno a ®™ark se estrecha y se torna cada vez más fructífera hasta que en 1999 se produce su sonada irrupción como *correctores de identidad*, cuando se interponen en la campaña presidencial del hoy Presidente de EE.UU., George W. Bush.

5.1.2.3. http://gwbush.com: Estrenando identidad (corregida) en la campaña presidencial estadounidense de 2000

Desde su temprano inicio en el año 1999, la campaña previa a las elecciones estadounidenses que acaban dando la presidencia del país, no sin padecimientos, al candidato del Partido Republicano, George W. Bush, arranca con una notable diferencia con respecto a anteriores citas. En efecto, aquella campaña supone una de las primeras batallas electorales de la historia que se libra conjuntamente en la ya habitual arena política *massmediática* de televisiones, radios y prensa escrita, pero *también* de forma plenamente paralela a través de su seguimiento y discusión a través de la red de Internet.

A resultas de ello, desde los candidatos de los dos grandes partidos hegemónicos, hasta otros, como el líder del Partido Verde, Ralph Nader, se afanan por diseñar y mantener activos sitios *web* donde verter sus promesas electorales y sus ataques a las del contrincante, efectuar un seguimiento de sus pasos, informar de sus próximas citas o comentar cuanto acontece en el transcurso de la campaña. Ahora bien, Internet supone igualmente en esta campaña la apertura para muchos ciudadanos de un espacio donde difundir sus críticas a los argumentos de los candidatos, poner en cuestión el propio proceso electoral y la democracia en EE.UU. y, sobre todo, propagar parodias que alcanzan en muchos casos altas cotas de ingenio. Así, hoy aún se recuerdan páginas *web* que, dirigidas contra los dos candidatos por igual, criticaron ampliamente el proceso electoral, entre las que destacó especialmente la de *Billionaries for Bush or Gore*[949], promovida por un movimiento de

949 Si bien la página *web* del grupo, http://www.billionairesforbushprgore.com, ha dejado de estar activa, puede encontrarse información (en inglés) sobre esta

billonarios que se extendía de costa a costa desde California hasta Washington D.C. y Nueva York. En esta página se expresaba una acerada crítica a la democracia estadounidense, describiendo los fundamentos calcados de ambos candidatos y proporcionando datos profusos acerca de su financiación por parte de las mismas grandes empresas, de donde se extraía su eslogan principal: "*We don´t care who you vote for. We´ve already bought them*" ("No nos importa a quién votes. Nosotros ya los hemos comprado").

Será, pues, en medio de tan floreciente contexto de parodia política a través de Internet que arranca el proyecto ®™ark de oposición internauta a la candidatura republicana a las presidenciales estadounidenses de 2000. Todo comienza en diciembre de 1998 cuando un avispado consultor *web* de Boston llamado Zack Exley se percata de que el gabinete electoral del entonces gobernador de Texas había reservado el dominio http://www.georgewbush.com para la página *web* oficial del candidato, pero no había hecho lo propio con otros similares, los cuales se apresura a adquirir por sólo 210 dólares[950].

A partir de aquí se pondrá en marcha la maquinaria diseñada por Bichlbaum y Bonanno para ®™ark cuando Exley, adoptando el rol de *inversor cultural*, se pone en contacto con ellos y les ofrece uno de esos dominios que acababa de adquirir, http://www.gwbush.com. Su

campaña y otras posteriores -en las últimas presidenciales de 2004, sin ir más lejos- en http://en.wikipedia.org/wiki/Billionaires_for_Bush (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

950 M. K. Anderson, "Bush Fire. Meet Zack Exley: computer consultant, online satirist, pain in the ass", en *Metroactive Silicon Valley´s Weekly Newspaper* 19-25 de agosto de 1999. Consultado en:
http://www.metroactive.com/papers/metro/08.19.99/cover/domains1-9933.html
Para más información sobre la meteórica carrera de relaciones públicas que Zack Exley emprende a raíz de este episodio, y que lo lleva a trabajar para el candidato demócrata en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2004, John Kerry, y, más recientemente, para la candidatura de Tony Blair en las generales británicas, ver:
http://management.silicon.com/government/0,39024677,39129585,00.htm
http://5thnovember.blogspot.com/2005/05/labour-broke-e-laws-during-election.html
(última consulta: 1 de noviembre de 2006).

propuesta consiste en aprovechar esta dirección para diseñar una página *web* paródica contra el candidato republicano George W. Bush, que ya desde su etapa como gobernador de Texas había destacado negativamente por su política medioambiental, su firme pulso en la firma de sentencias de muerte (un total de 137 durante su mandato) y sus lagunas expresivas e intelectuales en intervenciones públicas y entrevistas televisadas. Precisamente en aquel momento Mike Bonanno y Andy Bichlbaum están tratando de contactar con activistas anticorporativos para colaborar en alguno de sus proyectos, así que la posibilidad de implicarse en la campaña presidencial estadounidense lanzando una página *web* no oficial del candidato republicano les seduce inmediatamente.

Ahora bien, el sitio que ®™ark se propone crear ha de diferenciarse del resto para subrayar la que constituirá a partir de entonces una suerte de marca distintiva de esta pareja: Se tratará de buscar intencionadamente la *desacreditación* de su *víctima* mediante el despliegue de una página *web* paródica tan similar a la versión oficial en su diseño y estilo discursivo que muchos electores *piquen* el anzuelo y la visiten plenamente persuadidos de estar ante la auténtica. De este modo, los autores de esta réplica esperan que el *shock* producido por la subsiguiente confusión con los planteamientos expresados en el sitio sea máximo. Y ello empezando, como ya quedó apuntado, por la propia elección del dominio, absolutamente apropiado a sus propósitos impostores, http://www.gwbush.com, una denominación neutra que en nada delata su carácter crítico y que, además, como Exley había previsto a finales de 1998, inducirá fácilmente a la confusión con la de la página oficial de George W. Bush, http.//www.georgewbush.com.

Detalle de la página oficial del candidato George W. Bush (arriba) y de la réplica efectuada por Bonanno y Bichlbaum (abajo)

A partir de aquí, Bichlbaum y Bonanno dedican varios meses a estudiar el diseño y la estructura de contenidos de la página oficial del gobernador texano y a calcar lo más fielmente posible su retórica y su imagen, si bien añadiendo cierto material *extra*. De este modo, a principios de abril de 1999 la red de Internet acoge el lanzamiento de la versión *made in* ®™*ark* del sitio *web* del candidato republicano, en el que pueden apreciarse de entrada varias diferencias clave[951]. Entre ellas se encuentra la inclusión de datos críticos acerca de su nociva política medioambiental en Texas (que, según apuntan estos artistas, había convertido este Estado en el más contaminado de la Unión, claramente en contraste con su autoproclamado título de "gobernador ambientalista de Texas"), si bien serán dos atrevidas mofas que se permiten Bonanno y Bichlbaum las que provocan la estruendosa presentación en sociedad de esta parodia electoral.

951 Toda la información sobre esta página *web*, actualmente inactiva, puede consultarse en: http://www.rtmark.com/legacy/bush.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

La primera de ellas atañe al diseño de la página principal y consiste, como se puede apreciar en la imagen superior, en la sustitución de la imagen de George W. Bush y su señora frente al Capitolio de Texas por este montaje en que el actual presidente señala vehementemente con la cabeza a un grupo de afroamericanos. La segunda de las variaciones con respecto al sitio oficial, la que definitivamente desata las iras del gabinete electoral del actual presidente estadounidense, aparece dentro de uno de los apartados del índice situado en el marco izquierdo, concretamente en el denominado *Drug Wars* (Guerras contra la droga). Así, cuando el visitante pincha sobre él, en lugar de la previsible soflama alarmista sobre la cuestión, se topa con la promoción a bombo y platillo de una campaña denominada "*Amnesty 2000*", por la que el candidato republicano, partiendo del reconocimiento explícito de su consumo de cocaína años atrás (algo documentado y reconocido por él, pero que trata de ocultar en la campaña por todos los medios), demuestra su compasión con el millón de personas presas en EE.UU. por infracciones no violentas relacionadas con drogas, prometiendo para ellas una amnistía si llega a presidente. Un extracto del texto de esta "campaña" puede ilustrar bien acerca del estilo de esta afilada broma de Bonanno y Bichlbaum:

> Bush prometió declarar la guerra como presidente a las violaciones domésticas de los derechos humanos. "Estamos hablando de mujeres cumpliendo penas de 20 años o más porque se veían o estaban casadas con camellos. ¡Los consumidores de drogas recreativas –como yo solía ser— cumplen cadena perpetua porque amigos camellos inventaron historias para conseguir penas más leves! Si esto sucediera en China, probablemente empezaríamos a bombardearlos por violación de derechos humanos", afirmó indignado Bush tras escuchar los informes de los principales expertos en justicia criminal. "¡Hemos de liberar a esta gente!".[952]

Así pues, entre todos los cambios incluídos en

952 Ver: http://www.rtmark.com/legacy/gwbush/ (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

http://www.gwbush.com serán especialmente estos dos los que desatan las iras del gabinete presidencial de George W. Bush, cuya réplica es inmediata y tan desmedida como torpe, optando por una doble estrategia que lo dejará finalmente en evidencia: Por un lado, amenazan a Exley con emprender acciones legales por violación de *copyright* si no retira de inmediato su página *web* y simultáneamente elevan una queja a la Junta Electoral Central aduciendo que la confusión que este sitio provoca impide el buen funcionamiento de su campaña. Pero por otro lado se lanzan a reservar hasta 260 dominios de Internet alusivos al candidato republicano, desde algunos susceptibles de confusión, como http://www.bush2000.org, hasta otros malsonantes y poco engañosos como http://www.bushsux.org, todos los cuales remitirán en adelante a la página oficial del candidato republicano.

En cualquier caso, como quedó expuesto en el apartado 4.1.4, para dos artistas como Bonanno y Bichlbaum estos furibundos ataques constituyen el mejor recurso a su alcance para lograr que su proyecto alcance plenamente al debate público. De nuevo se trata para ellos de poner en funcionamiento toda su destreza publicitaria para difundir las amenazas que recibe su sitio paródico y enfocar la discusión hacia el ataque a la libertad de expresión que protagoniza el gobernador tejano. El resultado es que en pocos días la prensa, diferentes revistas e incluso la televisión se hacen eco de esta batalla legal por la libertad en plena precampaña presidencial, una suerte de reedición del combate de David contra Goliat protagonizado por los responsables de dos páginas *web* sobre George W. Bush tan dispares. Entre dichos artículos tienen especial repercusión los aparecidos en "*The New York Times*" los días21[953] y 30 de mayo[954], en la revista "*Newsweek*" el día 26 del mismo

953 R. Fairley Raney, "Bush Campaign Asks Government to Go After Critical Web Site", en *The New York Times*, 21 de mayo de 1999. Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/nytimesbush.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

954 B. Drummond Ayres Jr., "A `Bush´ Web Site, Woven From Mischief", en *The New York Times*, 30 de mayo de 1999. Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/nytimesbushpol.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

mes[955], en los noticiarios de la cadena televisiva ABC, en la revista "*Wired*" del 21 de mayo[956] o en la revista semanal de Silicon Valley "*Metro*"[957].

En cualquier caso, si bien la repercusión pública que suscita esta estrategia mediática en medio de la batalla presidencial es muy amplia, lo que Bonanno y Bichlbaum nunca podrían sospechar es que la colaboración decisiva para que su sitio salte a la primera plana de esta campaña política les llegará de la mano del propio gobernador tejano. Así, según Zack Exley, el factor que dispara las visitas a esta página *web* satírica hasta "cientos de miles" a finales de mayo de 1999 (mientras que el sitio oficial del candidato republicano apenas llegaba a 10.000 visitas en ese mismo periodo[958]), no es otro que la rueda de prensa televisada que Bush ofrece el 26 de mayo de 1999 en Austin (Texas) para tratar sobre la cuestión de la libertad. En el transcurso de ella, un reportero de la cadena KEYE, que sabe de las amenazas de su gabinete electoral a la página *web* de ®™ark, aprovecha para inquirir al candidato su opinión acerca de ella. La respuesta del hoy presidente de EE.UU. ante las cámaras de televisión se convierte en la mejor publicidad (gratuita) para este pionero proyecto de corrección de identidad, además de *sentar cátedra* públicamente ante todos sus opositores: "Debe haber límites -debe haber límites -debe haber límites -a, eh, a la libertad. Y sabemos de la existencia de la página, y ese tío no es más que un basurero, y no es más que eso. Y evidentemente no me hace gracia, a ti tampoco te la haría"[959].

955 A. Arora, "Dueling Sites", en *Newsweek*, 26 de mayo de 1999. Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/articles/bushnewsweek/19990526.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

956 H. Kriz, "Beating around the Bush", en *Wired Magazine*, 21 de mayo de 1999. Consultado en: http://wired-vig.wired.com/news/politics/0,1283,19815,00.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

957 M. K. Anderson, *op. cit.*

958 *Idem*.

959 Transcripción extraída de M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 18.

5.1.3. http.//www.gatt.org o el principio del "fin de la OMC"

> Entre nosotros, ¿no debería el Banco Mundial estar alentando más migración de industrias contaminantes a los Países Menos Desarrollados? [...] Afrontémoslo, la lógica económica que respalda el vertido de desechos tóxicos en los países con menos salarios es impecable. [...] Siempre he creído que los países poco poblados de África están ampliamente subcontaminados; probablemente la calidad de su aire sea muy ineficientemente baja comparada con la de Los Ángeles o Ciudad de México. [...] La aprensión ante un agente que provoca un cambio de uno entre un millón en la probabilidad de contraer cáncer de próstata obviamente será mucho mayor en un país en el que la gente sobrevive lo bastante como para contraerlo que en un país donde la mortalidad antes de los cinco años es de 200 por mil.[960]

El 29 de noviembre de 1999 la ciudad estadounidense de Seattle se convierte en escenario de una multitudinaria protesta callejera protagonizada por muy diversos movimientos políticos y sociales que hasta el 3 de diciembre toman las vías próximas a la sala de convenciones donde tiene previsto reunirse la OMC para su Conferencia Ministerial y bloquean el acceso a sus delegados, poniendo así completamente en jaque su celebración. Este momento queda profundamente grabado para muchos como la primera expresión amplia de rechazo contra una institución internacional que, pese a la relevancia de las medidas que adopta, y al hecho de que estas poseen un alcance planetario, prácticamente es desconocida por la mayor parte del mundo cuatro años después de su fundación en 1995. Lo que menos gente sabe es que apenas dos semanas antes de la celebración de esta protesta contra la OMC Mike Bonanno y Andy Bichlbaum habían iniciado su destacada

960 Extracto del memorándum interno que difundió el 12 de diciembre de 1991 el entonces economista en jefe del Banco Mundial, Lawrence H. Summers (hoy Presidente de la Universidad de Harvard). Consultado en: http://www.whirledbank.org/ourwords/summers.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

carrera en el exclusivo mundo de las finanzas globales, la cual habrá de llevarles a la consecución del simbólico "fin de la OMC" que da título a su libro citado.

Tan sólo había transcurrido medio año desde el comienzo de su campaña presidencial corregida para George W. Bush cuando les llega la suculenta oportunidad de contribuir a la campaña contra la OMC que se gesta con motivo de su visita a EE.UU. Y les llega, por cierto, de la misma forma que el proyecto de la página *web* no oficial de George W. Bush, esto es, mediante el correo electrónico del autor del blog "*Kill your TV*", Jonathan Prince, quien ofrece a ®™ark el nombre de dominio http.//www.gatt.org, (el cual había registrado en octubre de 1997) para que se le aplique a la OMC la misma corrección de identidad que a George W. Bush. Bonanno y Bichlbaum aceptan encantados este encargo, si bien, como reconocen en la introducción de su libro, en esta ocasión se topan con dos mayúsculos escollos de partida: En primer lugar, ninguno de los dos tiene ni idea de qué es el GATT ni su reciente sustituto desde 1995, la OMC; y, por otro lado, apenas disponen de unos días para estudiar la página oficial de la OMC, diseñar su imitación de esta y publicarla en Internet. Así pues, los dos miembros de ®™ark se ponen de inmediato manos a la obra.

El primer problema no resulta demasiado complicado de solventar gracias al propio Jonathan y a su amigo, y posterior integrante de *The Yes Men*, Bob Spunkmeyer. Ellos se encargarán de ilustrarles acerca del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercios suscrito tras la Segunda Guerra Mundial para la expansión del libre mercado y del posterior surgimiento de la OMC como institución supranacional que vela por el cumplimiento de estos acuerdos e impulsa otros similares, como el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, en sus siglas en inglés) o el más conocido acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS, en sus siglas en inglés). En cuanto al segundo problema, les exige un fatigoso trabajo contra el reloj para llevar a cabo su particular *asesoría* de identidad corporativa de la OMC y preparar así la táctica más eficaz y divertida para corregirla. En cualquier caso, cabe señalar

que la imitación de una página *web* resulta bastante sencilla desde que ®TMark, en colaboración con los colectivo *Plagiarist*[961] y *Detritus* ("dedicado a la cultura reciclada"[962]), desarrolla una aplicación de *software* libre denominada *Reamweaver*[963], que permite imitar de forma inmediata la apariencia de cualquier página *web* y, al mismo tiempo, introducir en ella retoques en textos, imágenes, gráficos, etc. Y a fe que las sucesivas versiones de la página http://www.gatt.org son calcadas a la de la OMC (y a sus sucesivas actualizaciones)[964].

De este modo, el 20 de noviembre de 1999, como preámbulo a las protestas de Seattle, aparece la primera versión de dicho sitio paródico, en el que destaca en su centro una foto del Director General de la OMC, Mike Moore, con un hilarante mensaje a modo de saludo oficial. Junto a ello, el sitio replica los dos menús principales de la página oficial de la OMC: Uno, dispuesto horizontalmente en la parte superior con la habitual sección de presentación "*About the WTO*" (para la que Andy Bichlbaum prepara un texto titulado "*Globalization: A Solution For Some*" -"Globalización: Una Solución para Algunos"), un mapa *web* que muestra cuán desarrollado está el sitio en apenas unos días, un motor de búsqueda, un formulario de registro, así como enlaces a foros, últimas noticias, discursos. Por último, en esta barra superior se halla igualmente el botón que cambiaría la historia de http://www.gatt.org, "C*ontact*", el cual redirige al visitante a la dirección de correo electrónico info@gatt.org. El segundo menú, alineado verticalmente a la izquierda ofrece una profusa recopilación de informes, así como la presentación (siguiendo rigurosamente el esquema "Idea-Patrocinador-Trabajador-Producto") de destacados proyectos y asociaciones que luchan contra la OMC y la mundialización capitalista y que se dirigen a cuestiones como la propiedad intelectual, la ecología, la

961 Este colectivo se presenta en su página *web,* http://www.plagiarist.org, con el siguiente eslogan: "*Accept no substitutes*" ("No aceptes imitaciones") (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

962 Ver: http://www.detritus.net (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

963 Ver: http://www.reamweaver.com (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

964 Para cerciorarse de ello no hay más que visitar la página oficial de la OMC, http://www.wto.org, y compararla con la diseñada por ®TMark, http://www.gatt.org (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

salud pública o las nuevas tecnologías, todo ello ordenado en la sección, "*Trade Topics*". Debajo se encuentra la segunda gran sección, "*Resources*", en la que el visitante puede acceder a diferentes materiales audiovisuales producidos por ®™ark: una recopilación de textos de sus fundadores, presentaciones gráficas sobre comercio internacional, un amplio dossier de prensa internacional sobre sus intervenciones. Dentro de la sección "*Legal texts*" se puede, además, ojear las cartas con amenazas judiciales que, procedentes de *Microsoft Inc*., el gabinete presidencial de George W. Bush, *Universal Music Group*, *BMG Music Publishing* o *Geffen Records*, coleccionan orgullosamente Bonanno y Bichlbaum.

El asombro de los creadores de ®™ark ante la reacción de la OMC a la publicación de su sitio es mayúsculo, ya que mientras esta organización global ignora totalmente las protestas de las decenas de miles de ciudadanos que logran colapsar su Conferencia Ministerial, tan sólo tres días después del lanzamiento de http://www.gatt.org (el 23 de noviembre) emite un comunicado de prensa titulado "El Director General de la OMC, Moore, deplora los sitios paródicos de la OMC: Ellos socavan la transparencia de la OMC´"[965]. Por más encantados que Bonanno y Bichlbaum están ante esta airada respuesta ("Sin la ayuda de la OMC, no hay duda de que gatt.org habría seguido siendo una simple página *web* satírica"[966]), la premura de los preparativos de la protesta contra esta entidad y el seguimiento de su desarrollo posponen una semana el envío del correspondiente contracomunicado.

De esta forma, el 30 de noviembre de 1999, el mismo día en que las autoridades estadounidenses decretan el estado de emergencia en Seattle y sacan a la calle al ejército para ayudar a la policía, ®™ark difunde su réplica a Mike Moore, en la cual le reprochan su insensibilidad ante la violenta represión de los manifestantes, al tiempo que tratan de calmarlo aclarando que con su sitio sólo estaban "haciendo

965 Ver: http://www.wto.org/english/news_e/pres99_e/pr151_e.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

966 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 20.

un poco más transparente a la OMC"[967]. Sea como fuere, su proyecto de avergonzamiento táctico contra dicha entidad sigue escrupulosamente la receta del *éxito* y los frutos de ello quedan patentes con el enorme incremento del número de visitas a http://www.gatt.org y con la cobertura mediática internacional dispensada a su contracomunicado[968].

Ahora bien, esta provocación tan efectiva al director general de la OMC no supone, como cabría esperar, el culmen de su labor paródica contra esta institución. Al contrario, a partir de entonces va a suceder lo que ninguno de los miembros de ®™ark podría haber imaginado siquiera en sus más rocambolescas ensoñaciones. Como adelanté más arriba, la clave reside en la inclusión en la página del enlace "*Contact*", cuyo propósito inicial no ambiciona más que la simple mímesis de la página oficial en todos sus apartados, dado que "cualquiera en sus cabales que hubiera *leído* cualquier parte del texto que Andy redactó sabría de inmediato que era imposible que aquello lo escribiera la OMC"[969]. Muy poco tiempo después, los dos miembros de ®™ark comienzan a comprender *lo mucho* que a un grupo de artistas como ellos les queda por aprender sobre el comercio electrónico mundial.

Y es que desde comienzos de 2000 Bonanno y Bichlbaum se encuentran que la cuenta info@gatt.org está repleta de correos electrónicos procedentes de abogados, asesores, profesores universitarios, funcionarios de la Administración y políticos, los cuales felicitan oficialmente a la OMC o formulan las más variopintas consultas sobre finanzas internacionales y tratados comerciales, todos en el pleno convencimiento de mantener correspondencia con la organización radicada en Ginebra. A todos estos requerimientos tratan de contestar los dos activistas con sumo cuidado y grandes dosis de entusiasmo, aún sin poder salir de su sorpresa, hasta que ocurre algo que empuja su proyecto a una de aquellas "crisis chinas" perseguidas por Augusto Boal. Su

967 Ver: http://www.rtmark.com/legacy/gattpr.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).
968 Ver: http://www.rtmark.com/legacy/pressgat.html#gattoriginal (última consulta: 1 de noviembre de 2006).
969 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 20.

corrección de identidad había alcanzado tal nivel de virtuosismo que el 18 de mayo de 2000 a la cuenta de correo de http://www.gatt.org llega una invitación oficial del *Center for International Legal Studies* (CILS) dirigida a Mike Moore para participar en la Conferencia sobre Servicios Internacionales prevista para octubre de ese año en Salzburgo (Austria).

A Andy Bichlbaum y Mike Bonanno les corresponde entonces decidir si su simulación ha llegado demasiado lejos, al implicar esta superación de la interfaz de Internet el peligro de no ser capaces de suplantar a su víctima *en vivo y en directo* (o, más prosaicamente, de acabar en un calabozo austriaco); o bien si esta invitación supone la culminación de su corrección de identidad a través de Internet y, al mismo tiempo, la apertura de extraordinarias oportunidades para el *tactical embarrassment* presencial, trasladando su despiadadamente honesta sátira desde la Red hasta un auditorio repleto de expertos en libre comercio. Para desgracia de la OMC, Bonanno y Bichlbaum (y, junto con ellos, Patrick, Matt y Bob) no están dispuestos a desperdiciar ninguna oportunidad de afrontar nuevos retos en su tarea de avergonzamiento y el 8 de agosto responden a Dennis Campbell, Director del CILS que, si bien a Mike Moore le resulta "imposible" asistir a su Conferencia, estarán encantados de enviar en su lugar al "Dr. Andres Bichlbauer"[970]. Será así cómo los impulsores de http://www.gatt.org devienen a mediados de 2000 *The Yes Men*, impostores de carne y hueso y a tiempo (casi) completo.

970 Ver: http://www.theyesmen.org/hijinks/salzburg (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

5.1.4. *The Yes Men* y su gira de conferencias "corregidas"

5.1.4.1. Conferencia sobre Servicios Internacionales en Salzburgo (Austria)

Ni siquiera una vez que el *recién titulado* Doctor Bichlbauer y sus *asistentes*, Bonanno y Brian, llegan el 27 de octubre al Hotel Crowne Plaza de Salzburgo, sede de la Conferencia organizada por el CILS y la *John Marshall Law School* de Chicago, y comprueban fehacientemente que su intervención aparece en el programa oficial del día, pueden creerse del todo lo que les está sucediendo. Después de haber gastado parte de sus ahorros en el vuelo a Austria, de haber conseguido que les prestaran sendos trajes y que unos amigos vieneses les dejaran su apartamento y algo de dinero, por primera vez *The Yes Men* van a presentar su parodia de la OMC a un auditorio de profesionales de las finanzas, frente al cual sus voces y sus cuerpos se convertirán en espejos deformantes de identidad de carne y hueso. Casi cinco años después de aquel episodio Bichlbaum y Bonnano aún recuerdan la idea que no podían quitar de sus cabezas en aquel momento: "¡Realmente íbamos a acabar en la cárcel!"[971].

Antes de pasar a la sala de conferencias, los tres impostores repasan por última vez el plan: Andy Bichlbaum ha de subir al estrado de oradores junto al moderador y a su compañero de panel, un abogado mexicano; mientras tanto, Brian colocará su cámara para grabar toda la intervención, con la excusa de que se trata de una medida de seguridad por si alguien lanza una tarta al representante de la OMC; finalmente, Bonanno custodia la puerta de salida para abrir paso a sus compañeros en caso de una reacción virulenta del público. A partir de aquí, cada uno se coloca en su puesto y sobre las 10 de la mañana el Dr. Andreas Bichlbauer comienza la exposición pública de la primera conferencia "corregida" de la OMC, titulada "La relajación de la regulación comercial y conceptos de mejora de los incrementos: perspectivas de

971 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 24.

gobierno desde 1790 hasta hoy" y acompañada de una ilustrativa presentación gráfica[972]. Al cabo de casi media hora, este improvisado *portavoz* de la OMC cierra su intervención con un escueto "gracias", sin lograr explicarse cómo ha logrado llegar hasta el final sin sufrir interrupción alguna. Algo extraño sucede entre este público de abogados que parece no inmutarse ante las palabras de Bichlbaum, pese a que este acaba de exponer sin escrúpulo alguno una serie de argumentos en un *increscendo* de absurdo y descaro.

En efecto, la charla de Bichlbaum está concebida como un repaso de las diferentes barreras que obstaculizan en nuestros días la expansión del libre comercio, estructuradas en tres grandes grupos, a saber, las arancelarias, las no arancelarias y las sistémicas. Comienza el impostor por explicar lo nocivo de las primeras valiéndose del ejemplo de la política comercial de la Unión Europea (UE), que, según él, interferiría el racional funcionamiento mercantil al privilegiar la importación de los denominados "plátanos honestos" frente a los "plátanos violentos". Estos últimos, explica, salen mucho más baratos, lo cual es más importante que el hecho de que procedan de zonas de América Central donde corporaciones como Dole y Chiquita serían cómplices de actos sangrientos para privilegiar sus negocios y donde tampoco existen derechos laborales, sanitarios o contrarios a la explotación infantil.

A continuación, el supuesto portavoz de la OMC ahonda en el segundo tipo de barreras, las no arancelarias, apuntando que estas resultan mucho más insidiosas, por abarcar aspectos como legislación ambiental, rasgos culturales y tradiciones arraigadas, cuya abolición podría resultar traumática. El ejemplo que aporta al respecto no es otro que la supuesta dificultad de Italia para incorporarse a grandes negocios transnacionales por la persistencia de perezosas costumbres locales como la siesta, sin cuya abolición ("standarización", en sus palabras) el progreso y el libre flujo de capital se verían seriamente entorpecidos[973].

---

972 Conferencia reproducida íntegramente en *ibid*., pp. 28-35.

973 Antes de que se desdeñe este tipo de intervención por obviamente disparatada conviene aclarar que tal idea de eliminar la siesta no se les ocurre a *The Yes Men*,

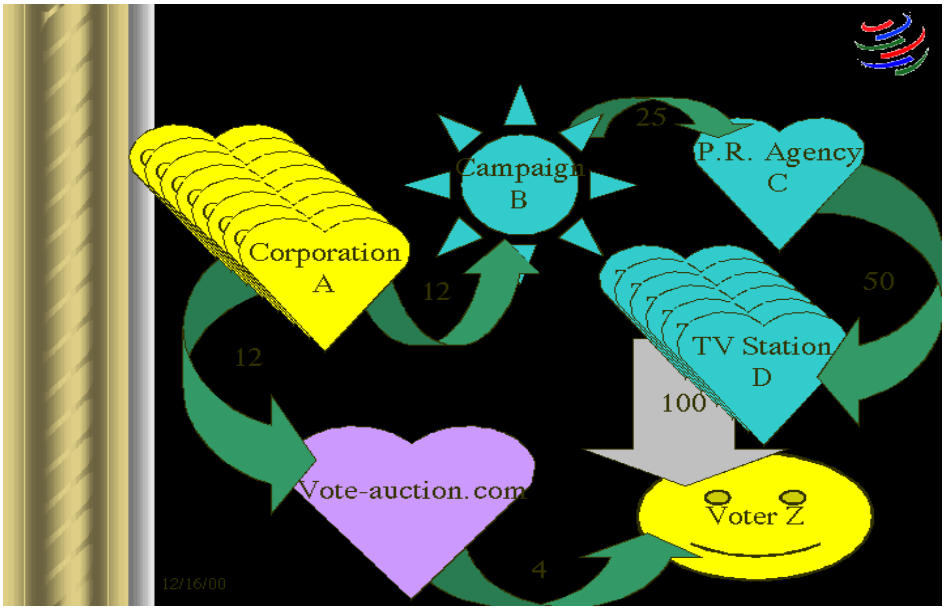
Como colofón de esta provocación, el pretendido Dr. Bichlbauer arremete contra la propia democracia representativa, al pormenorizar la enorme ineficiencia económica del proceso de elecciones prevaleciente en buen número de países, frente al cual la OMC propugna la generación de un mercado electoral libre donde aquellos votantes carentes de afinidad con los candidatos en liza podrían recurrir al sencillo sistema desarrollado desde la página http://voteauction.com[974] ("subastadevotos.com", alojada además en un servidor austriaco), "que permite a los votantes subastar voluntariamente sus votos al mayor postor"[975].

sino que se basa en una propuesta idéntica lanzada por el por entonces Primer Ministro italiano Silvio Berlusconi -que fue abrumadoramente rechazada-, así como en la ley federal aprobada en México poco antes de la charla para prohibir la siesta en las oficinas del Gobierno. Ver: BBC News, "Siesta gets rude awakening", 17 de marzo de 1999, http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/americas/298349.stm (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

974 La página *web* http://voteauction.com fue efectivamente creada por un universitario llamado James Baumgartner durante la campaña presidencial de 2000 para satirizar el modelo electoral estadounidense y la corrupción de la democracia por las grandes corporaciones. Leyendo el relato de las persecuciones y amenazas legales que tal página desencadenó, incluído en M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, pp. 37-38 (y que ocurrieron sólo dos semanas antes de la conferencia), se podrá comprender mejor la sorpresa de Andy Bichlbaum ante la indiferencia del público al que exponía esas mismas ideas.

Actualmente el proyecto sigue abierto en: http://vote-auction.net/ (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

975 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 34.



Diapositiva explicativa de la subasta de votos empleada por el Dr. Andreas Bichlbauer[976]

Así pues, la perplejidad invade al conferenciante y a sus acompañantes cuando los asistentes, junto con el moderador y su compañero de mesa, finalmente salen de su mutismo para concederle un cortés aplauso y, a continuación, pasar sin reparo alguno a la siguiente ponencia y, a su término, al turno de preguntas, donde tampoco nadie pone en aprietos al portavoz de la OMC por su descabellada exposición. Hasta tal punto pasan los tres *Yes Men* de la agitación ante su previsible desenmascaramiento a la mayúscula indignación a resultas de la indiferencia de su público que deciden quemar sus naves antes de abandonar Salzburgo llenos de vergüenza ajena. Esa misma tarde envían a Brian al Hotel Crowne Plaza para que, haciéndose pasar por periodista, difunda el bulo de que al representante de la OMC le habían arrojado una tarta a su salida del almuerzo e inquiera al público acerca de alguna parte de su intervención que podría haber motivado tal ataque. Ni siquiera este falso periodista consigue arrancarles a los asistentes alguna muestra de

976 Extraída de: http://theyesmen.org/wto/ppt/sld011.htm (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

contrariedad o sospecha ante las propuestas de Bichlbaum, por lo que la consecuencia más positiva para *The Yes Men* de esta primera aparición pública es el regreso de http://www.gatt.org a las páginas del *New York Times*[977].

*5.1.4.2. En directo en "*European Marketwrap*" (CNBC-TV)*

Después de su chocante experiencia en Salzburgo, Bichlbaum, Bonanno y su equipo quedan francamente desconcertados ante la "*barrera no arancelaria*" de credulidad que les ha impedido franquear los límites de tolerancia de su auditorio austriaco. Acaso la cínica postura de la OMC ante los "plátanos violentos" no es suficiente para hacerles reaccionar, y quizá en Austria la ignorancia de las costumbres italianas les hace insensibles a la propuesta de abolir la siesta, ¿pero es que defender la subasta de votos por Internet ante un público erudito y con amplia experiencia profesional en el ámbito del Derecho, no es lo bastante escandaloso como para delatarlos y ser al fin echados de la sala? Como quedó subrayado al explicar la naturaleza de la "corrección de identidad", esta requiere la destreza necesaria para *tomarle la palabra* al discurso del poder, pero puede fracasar estrepitosamente si no logra finalmente que se desenmascare al impostor.

Estas dudas siguen aturdiendo a *The Yes Men*, junto con el convencimiento de que la notable publicidad concedida a su conferencia "corregida" había puesto un agridulce punto final a su labor de *tactical embarrassment* contra la OMC, cuando el 6 de julio de 2001 a info@gatt.org llega el correo electrónico de Martin Conroy, productor de la cadena de televisión CNBC (sucursal europea de la NBC), en el que invita a la OMC a participar en un debate sobre la globalización económica en el programa "*European Marketwrap*" del 19 de julio. A este programa están también invitados el Presidente Internacional de la consultora *Accenture*, Vernon Ellis, y la autora de "*No Logo*", Naomi

977 B. J. Feder, "The Long and Winding Cyberhoax: Political Theater on the Web", en *The New York Times*, 7 de enero de 2001. Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/articles/yesmennytimes20010107.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

Klein (a quien acaba sustituyendo Barry Coates, del *World Development Movement* -WDM, "Movimiento por el Desarrollo Mundial").

Finalmente *The Yes Men* dispondrán de una segunda oportunidad para desquitarse de su decepcionante experiencia en Salzburgo, donde se habían visto obligados a abandonar entre aplausos una Conferencia de la que suponían que saldrían malparados. En esta ocasión, además, la cabeza visible de la identidad corregida de la OMC no hablará ante un puñado de abogados en la sala de congresos de un hotel, sino que aparecería por televisión en horario de máxima audiencia ante millones de espectadores de toda Europa y, para más inri, con el rol asignado de *rebatir* las posturas de los propios manifestantes contra la globalización capitalista (a los que al día siguiente se uniría protestando en Génova, en el sangriento fin de semana de la Cumbre del G-8 de aquel año). Tan sólo unas horas después de recibir el correo, Granwyth Hulatberi, supuesto consejero de Relaciones Públicas de la OMC, acepta entusiasta la invitación de "*European Marketwrap*".

De esta forma, el 19 de julio de 2001 Andy Bichlbaum llega a los estudios en París de la CNBC vestido de traje y dispuesto a llevar aquella "transparencia" de la OMC a la que apeló Mike Moore en su comunicado de 1999 hasta límites tan *honestos* que la cadena televisiva se vería impelida a interrumpir la emisión. Y así, en cuanto el moderador abre el fuego con la primera pregunta sobre las protestas callejeras contra el G-8 previstas en Génova, Granwyth Hulatberi se lanza a pronunciar su ensayado discurso, en el que se combina la plena aceptación de los argumentos de su contrincante, Barry Coates, con una feroz batería de medidas para combatir las desigualdades mundiales, como los "vales de contaminación" o los "vales de justicia" (que, según él, habilitarían a los países empobrecidos a recibir dinero a cambio de ceder su cuota de polución a otros ricos, o de ser subcontratados para la violación de derechos humanos que aquellos no quieren realizar en su suelo nacional). La guinda a este despropósito la pondrá Hulatberi, no obstante, al ser inquirido acerca de las crecientes desigualdades en el mundo y las protestas que provocan:

> Creo, Barry, igual que todos los demás manifestantes, que estas cifras están demasiado centradas en la realidad, y en los hechos y las cifras. [...] Tenemos que encontrar la forma de convencer quizás no a los manifestantes, sino a los hijos de los manifestantes, de que sigan a pensadores como Milton Friedman y Darwin [...] Y creo que poner la educación en manos privadas -concentrando los recursos en el sector privado- llevará naturalmente a este resultado, y veremos cómo los hijos de los manifestantes se regirán por temas totalmente diferentes. [...] Y hay que rebatir el argumento de Barry de que hay otros pensadores -¿quién tiene el poder mundial y, por lo tanto, la verdad sobre este tema?[978]

Detalle del debate, con Granwyth Hulatberi en el recuadro inferior izquierdo

Al finalizar el programa *European Marketwrap*, Andy Bichlbaum sale del estudio de la CNBC y se monta en el tren hacia

978 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, pp. 49, 51.

Génova absolutamente conturbado por lo que acaba de suceder. Acaba de exponer sin reservas tesis de defensa del libre comercio a costa del medioambiente y los derechos humanos en un tono demoledor y arrogante. Junto a ello, ha postulado la preeminencia mundial de la plutocracia frente a las denuncias de los cientos de miles de manifestantes contra el G-8, denuncias que, en el colmo del cinismo, ni siquiera se molesta en refutar. Y todo lo que ha provocado son algunas expresiones de incredulidad en Barry Coates (ver recuadro superior derecho de la ilustración), así como una calurosa felicitación por parte de los productores de la CNBC junto con la promesa de enviarle una copia del programa para que la OMC la incluya en su archivo. Este grupo de artistas siente que ha vuelto a sobreestimar el potencial de su avergonzamiento táctico para escandalizar a los expertos mundiales en globalización económica y a los "pequeños inversores" que componen la audiencia mayoritaria de "*European Marketwrap*", según su productor, Martin Conroy.

5.1.4.3. Conferencia "Fibras y textiles del futuro" en Tampere (Finlandia)

Después de lo relatado hasta aquí, a *The Yes Men* no les sorprende ya recibir una nueva invitación, esta vez ni más ni menos que para pronunciar la ponencia inaugural de la Conferencia "Fibras y textiles del futuro", organizada por el Departamento de Materiales de Fibras de la Universidad Tecnológica de Tampere (Finlandia) con motivo del nonagésimo aniversario de la *Academic Textile Research and Education in Finland* (Educación e Investigación Académicas sobre Textiles en Finlandia).

Una vez superado el *miedo escénico* del impostor novato, y con la experiencia acumulada hasta el momento, en esta ocasión este grupo de impostores acudirá a exponer la identidad "corregida" de la OMC con una lección bien aprendida: El público de abogados, inversores, académicos, políticos y economistas puede estar dispuesto a seguir a la OMC *diga lo que diga*, siempre que venga en forma de discurso cargado

de tecnicismos y lo presente un señor de atuendo y gesto circunspectos[979]. La prueba irrefutable de ello se la proporcionará la propia Secretaría General del Congreso de Tampere que, como en todo evento académico de este calibre, les exige disponer del texto completo de la ponencia con dos meses de antelación, periodo durante el cual dicha Secretaría no expresa reserva alguna ante el bochornoso discurso que pergeñan Bichlbaum y su equipo. Según ellos, había llegado la hora de poner el acento en las formas expresivas del avergonzamiento táctico, y no tanto en el fondo de la conferencia.

Con este convencimiento el grupo recurre a Sal, un amigo modisto que trabaja para grandes estrellas de Hollywood y que acepta de buen grado una sustanciosa rebaja de sus honorarios con tal de ayudar a *The Yes Men* en sus propósitos. En efecto, el cartucho expresivo que estos se guardan para su próxima intervención no es ya de naturaleza dialéctica, sino plenamente *textil*, de modo que Andy Bichlbaum lo llevará enfundado en su cuerpo, trasladando el principio de ponerse en la piel de la OMC hasta su más íntima dimensión. Se trata, en efecto, de presentar en Tampere la ficticia propuesta de innovación textil de la OMC, una flamante malla dorada muy ajustada con una protuberancia inflable de un metro de largo a la altura del pubis, a la cual se bautiza como Traje de Directivo Ocioso (TDO, en inglés *Management Leisure Suit*).

Con dicho traje escondido en una bolsa, Bichlbaum, Bonanno y Brian aparecen en la Universidad Tecnológica de Tampere (Finlandia) la mañana del 16 de agosto de 2001 y se abalanzan al instante hacia los aseos para colocársela a toda prisa a Bichlbaum, toda vez que una inoportuna confusión con los husos horarios europeos tiene a todo el público esperando en el Aula de Conferencias la apertura del encuentro por parte del supuesto representante de la OMC, llamado en esta ocasión Dr. Hank Hardy Unruh. Tras muchas penalidades para enfundarse la citada malla y, encima de ella, el discreto traje de chaqueta de quita y pon que Sal había diseñado expresamente para camuflarla, finalmente Bichlbaum aparece en la sala para pronunciar ante un ansioso auditorio

979 *Ibid.*, p. 57.

de académicos, ingenieros y directivos del sector textil su ponencia titulada "Retos de futuro en la globalización del comercio textil".

De esta forma, el falso portavoz de la OMC abre dicha intervención estableciendo su hipótesis de partida, la de que los trabajadores se han convertido en el mayor obstáculo para la globalización del mercado textil. Ello se debe, según él, al insalvable escollo que supone para la gestión empresarial el mantenimiento del control sobre una mano de obra situada en países muy lejanos de los centros de decisión corporativos. A continuación, Hardy Unruh fundamenta tal hipótesis con el análisis de dos dramáticos procesos históricos, la guerra civil estadounidense y la lucha por la independencia de la India que encabezó Gandhi. Por lo que respecto al primero, indudablemente ligado a la industria algodonera del Sur y a su empleo de "Mano de Obra Involuntariamente Importada", Bichlbaum recurre a él para demostrar lo altamente rentable de la localización de las fábricas textiles en países empobrecidos donde no se contemplan los derechos laborales. Con este fin se embarca a rebatir la tesis según la cual, por más cruenta que fuera dicha guerra civil, esta también significó la posibilidad de la abolición de la esclavitud por parte del bando del Norte:

> Algunos de los apologistas de la Guerra Civil han afirmado que la Guerra Civil, a pesar de sus defectos, como mínimo evitó que apareciera una Mano de Obra Involuntariamente Importada. Evidentemente, este modelo laboral es algo terrible [...] Pero no hay duda de que si se les hubiera dejado seguir su proceso, los mercados habrían acabado sustituyendo la esclavitud por fuentes de trabajo más "limpias".[980]

Por "fuentes de trabajo más limpias", el representante de la OMC se refiere a continuación a la proliferación de los llamados *sweatshops*[981], cuyas ventajas económicas para los corporaciones desde

980 *Idem.*

981 Término de difícil traducción con que se designa a las fábricas situadas en zonas empobrecidas del globo donde el prácticamente nulo respeto a los derechos humanos y laborales, así como a las condiciones sanitarias y medioambientales

el enfoque de la gestión de *recursos humanos* convierten en plenamente gravoso y obsoleto el modelo de trabajo esclavista. A continuación, el fingido Dr. Unruh se lanza a ilustrar impúdicamente este argumento mediante una comparación entre los costes que supondría en un país como Finlandia alimentar, vestir, alojar y dotar de protección sanitaria a la "Mano de Obra Involuntariamente Importada" (teniendo en cuenta, además, la "barrera no arancelaria" determinada por la prohibición en dicho país de la explotación infantil) y los muy inferiores derivados de esos mismos capítulos en el caso de un país como Gabón (donde, además, los niños podrían ser empleados sin restricciones), de todo lo cual extrae el conferenciante la siguiente conclusión:

> Aún y así, la mejor parte del sistema de trabajo remoto se la lleva el esclavo mismo -¡porque en Gabón no es necesario que el esclavo no sea libre! Esto se debe principalmente a que no hay costes de traslado que recuperar, de forma que las pérdidas potenciales debidas a una posible huida se limitan a la rudimentaria formación del esclavo. Así pues, si el esclavo puede ser libre, ¡este se convierte en un trabajador, y no en un esclavo![982]

Una vez que Bichlbaum concluye su defensa apasionada de los beneficios del "sistema de trabajo remoto", pasa a pormenorizar los problemas que dicho sistema plantea desde el punto de vista del correspondiente control remoto de la mano de obra, valiéndose para ello del segundo ejemplo clave de su ponencia. De este modo, el impostor de la OMC expone sin vacilar lo perjudicial que había sido para la industria textil del Imperio Británico (que había optado ya en el siglo XIX por trasladar sus modernos centros de producción a la India para emplear a los trabajadores autóctonos bajo su dominio en la fabricación de prendas de algodón) la resistencia de los trabajadores indios que, inspirada por las ideas de Gandhi, contribuiría al fin de la ocupación colonial birtánica y a la independencia de India. Según el ponente, este ejemplo de India

mínimas de instalaciones de esta índole, ha motivado numerosas denuncias en prensa, en informes elaborados por instituciones laborales internacionales y en libros como "*No Logo*", de Naomi Klein.

982 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, p. 62.

resulta paradigmático de cómo la falta de control de los trabajadores determinada por la distancia geográfica entre los centros de mando y las plantas de producción dispersas por el mundo podría provocar el levantamiento de estos y el colapso de la actividad de la empresa.

Llegado a este punto, este orador *furtivo* acomete la parte final de su intervención, en la que presenta los resultados de la investigación que ha emprendido su organización para dar con la solución idónea a este problema central de la globalización del sector textil. De esta manera, mientras Bonanno abandona su puesto junto al portátil para acercársele por la espalda, el delegado ficticio de la OMC proclama eufórico:

> Voy ahora a mostrarles un prototipo real de la solución de la OMC a dos importantes problemas de la gestión actual. Porque todos sabemos que ni los lugares de trabajo mejor diseñados ni el más astuto de los directivos pueden seguir a sus trabajadores. Se necesita una solución que permita *mucha más* relación con los trabajadores -sobre todo cuando están en lugares remotos. Mike, ¿por favor?[983]

983 *Ibid.*, pp. 65-66.

Secuencia de fotografías de la presentación del TDO[984]

Al fin *The Yes Men* consiguen que el público de la Conferencia "Fibras y textiles del futuro" de Tampere reaccione, concediendo algunos aplausos y risas admirativas al pretendido Dr. Unruh. Este luce ahora el TDO, cuyo falo dorado trata de hinchar mientras explica el tejido resistente de que está fabricado su atuendo y cómo supone una revolucionaria respuesta a los "dos grandes problemas de la gestión actual". Ante el creciente interés del auditorio, el ponente explica que aquella prótesis eréctil es un realidad un "Apéndice de Visualización de Empleados" (AVE, en inglés "*Employee Visualization Appendage*"), el cual incorpora una pantalla para vigilar a los trabajadores, así como unos sensores que le permiten recibir impulsos eléctricos provenientes directamente de los chips que a sus empleados remotos les serían implantados en el hombro.

En cuanto al segundo gran problema del directivo moderno, el del *stress*, el ponente manifiesta que este traje ha sido especialmente diseñado para permitir su uso en cualquier entorno, incluso en el

984 Extraídas de: http://www.theyesmen.org/hijinks/tampere/index.shtml (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

gimnasio o en la piscina, de modo que el directivo se vea con él aligerado de las onerosas labores de vigilancia. Al finalizar tan pormenorizada presentación del TDO, Bichlbaum dirige desafiante una pregunta a los asistentes: "Este traje, ¿es ciencia ficción?". De inmediato se contesta a sí mismo con un rotundo "No", decidido a lanzar su *traca final* en forma de alegato orwelliano a favor del desarrollo de dispositivos tecnológicos cada vez más insidiosos para controlar a los trabajadores en cualquier faceta de su vida.

El tímido aplauso previo se convierte en una entusiasta ovación al concluir el falso Dr. Hank Hardy Unruh su extravagante conferencia. El presidente de la Universidad Tecnológica de Tampere, el Dr. Tapio Huuskonen, se le acerca de inmediato para agradecerle su impresionante ponencia mientras le estrecha calurosamente la mano y, unos minutos después, todos los impresionados congresistas se marchan a almorzar felicitando al impostor y comentando entre ellos detalles de la charla. Durante este almuerzo, y hasta bien entrada la noche, Andy Bichlbaum y Mike Bonanno no cesan de buscar entre los congresistas presentes a alguien a quien *no* le hubiera gustado su intervención, pero tan sólo consiguen recibir más felicitaciones por parte de científicos, ingenieros y directivos de corporaciones como la propia *Dow Chemicals*. La noticia de la conferencia llega también a oídos del periódico local de Tampere, el *Tampere Aamulehti*, que envía a un reportero para elaborar un completo reportaje sobre las nuevas propuestas de gestión comercial de la OMC que aparece al día siguiente a toda página[985]:

985 Extraída de: http://www.theyesmen.org/hijinks/tampere/index.shtml (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

Mullistavat kuidut ja uudet tekniikat jyräävät perinteisen kutomateollisuuden

Tekstiiliteollisuus: Esimerkiksi älyvaatteet ja innovatiiviset kuidut ovat tulevaisuuden arkipäivää

Al término de tan *aciago* día para estos "correctores de identidad", superados por un público cuyo umbral de tolerancia se les antoja inexpugnable pese a sus denodados esfuerzos de avergonzamiento táctico, aparecerá por fin alguien a quien ha ofendido la conferencia, una joven que al principio teme importunarles detallando la razón de su disgusto. Su postrera aclaración, no obstante, significa la puntilla definitiva para Bichlbaum y Bonanno, quienes escuchan estupefactos los reproches de sexismo dirigidos contra el AVE y las sugerencias de posibles implementaciones con metáforas de control más *femeninas*.

5.1.4.4. "Nuevos horizontes en la globalización del agribussiness *en el Tercer Mundo". Universidad Estatal de Nueva York, Plattsburgh (EE.UU.)*

> El hambre domesticará a los más fieros animales, ella enseñará decencia y civismo, obediencia y sumisión, a los más embrutecidos, a los más obstinados, y a los más perversos [...] sólo la experiencia del hambre los incitaría al

> trabajo [...] El hambre no sólo constituye una presión apacible, silenciosa e incesante, sino que, como la motivación más natural a la industria y al trabajo, propicia los más poderosos esfuerzos.
> Reverendo Joseph Townsend[986]

Sin tiempo apenas para recuperarse del *shock* recibido en Tampere, todo un escarmiento para su confiada actitud provocativa, el 3 de septiembre del mismo año *The Yes Men* reciben vía correo electrónico una nueva invitación para pronunciar otra conferencia. Trevor Beckingham, Presidente del Comité de Industria y Comercio Nacional de la CPA, una asociación de contables de Australia, informa a través de info@gatt.org de la organización, conjuntamente con la asociación de contables canadiense CMA, de la conferencia "*Strategic Bussiness Management* 2002" ("Gestión Estratégica de Negocios 2002"). El tema central de dicho foro sería "Negocios sin Barreras" y para él quieren contar con algún representante de la OMC que pueda ofrecer una conferencia sobre la globalización del negocio agrícola. La tentación resulta irresistible para estos impostores, que sólo unas horas después, responden a Trevor que cuentan con la persona perfecta para charlar sobre esas cuestiones, Mr. Kinnithrung Sprat.

Pese a la excelente noticia que supone el disponer de otra oportunidad para desquitarse de sus anteriores *fracasos*, pronto aparecen señales que auguran que la carrera de estos correctores de identidad podría quedar truncada antes de tiempo. La primera de ellas, de hecho, ya les parece en su momento a Bichlbaum y al resto del equipo definitivamente insalvable. Pues el 30 de octubre de 2001 la OMC publica un escueto comunicado de prensa en el que denuncia de nuevo la existencia del sitio http://www.gatt.org como una falsificación de su página *web* oficial, http://www.wto.org, y previene a aquellos usuarios poco precavidos del engaño a que ello podría conducirles. Dicho comunicado se completa con la siguiente advertencia colocada en

986 J. Townsend, "A Disssertation on the Poor Laws by a Well-Wisher to Mankind", 1786. Consultada en: http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/townsend/poorlaw.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

primera plana de la página *web* oficial de la OMC: "Aviso: Sitio falso de la OMC -www.gatt.org- engañoso y molesto para los usuarios serios"[987].

Todo indica que habían llegado a oídos de la OMC los desmanes que en su nombre llevan a cabo este grupo de impostores con sus sonadas apariciones públicas en conferencias y encuentros de negocios, con lo cual la organización internacional decide alertar públicamente a todos aquellos confiados internautas que pudieran *preferir* la versión "corregida" de su organización. Obviamente esta reacción por parte de la OMC hace dudar a *The Yes Men* de la viabilidad de su cita en Sidney, si bien, como expusimos acerca de los procedimientos de *tactical embarrassment*, supone al mismo tiempo una oportunidad única para conseguir la más espléndida publicidad para sus denuncias, más aún cuando la citada organización tiene previsto celebrar su siguiente cumbre bianual desde la de Seattle sólo diez días después en Qatar.

De este modo, *The Yes Men* y Jonathan Prince redactan un comunicado de prensa en el que denuncian rotundamente la persecución de la OMC contra la libertad de expresión, enmarcándola en la línea de represión del disenso del Presidente George W. Bush e informando de que había llegado hasta el punto de amenazar a Verio, el proveedor de servicios de su página "corregida", con una demanda por violación de *copyright* si no eliminaba el sitio antes de la Conferencia Ministerial de la OMC en Doha del 13 de noviembre de 2001. Finalmente, Prince y sus colaboradores publicitan el *software Reamweaver* como el arma infalible para que, ante ataques de esta índole, mucha más gente pueda elaborar *clones* de cualquier organización a la que quiera criticar. No obstante, esto no les parece suficiente para contrarrestar las maniobras de la OMC, y así durante todos aquellos días puede leerse en portada de la página http://www.gatt.org el siguiente mensaje de alerta: "Un sitio *web* falso de la OMC -www.wto.org- ha sido creado para engañar a los usuarios de Internet. El único sitio oficial de la OMC es www.gatt.org).

987 Recogido en http://www.rtmark.com/legacy/gatt.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

La otra señal inequívoca para Bonanno y Bichlbaum de que sus apariciones públicas tocan a su fin deriva precisamente de la pugna mediática relatada. En efecto, aquella respuesta ágil de *The Yes Men* cumple con creces su objetivo de extraer de las amenazas de la OMC la máxima publicidad (gratis) para sus planteamientos contra la globalización capitalista y, así, las puertas de los *mass media* de medio mundo les quedan abiertas de par en par, desde Finlandia hasta Norteamérica, pasando por Japón y Corea, e incluso con la cobertura de Onda Cero en España[988]. La contrapartida de este éxito mediático sería, según los miembros de *The Yes Men*, que en adelante sus posibles anfitriones escarmentarían y no volverían a confundirlos con la auténtica OMC. Y por si les cabe alguna duda de que empresarios, políticos y abogados hayan escuchado hablar de ellos a través de los medios de comunicación masivos, pronto comienzan a hacerse eco de sus disparatadas apariciones públicas las propias revistas de negocios especializadas, como *Fortune Magazine*[989], *Business 2.0*[990], o los números de noviembre de 2001 de *Harper´s* o *Bizarre*. ¿Qué académico o empresario que estuviera al día se dejaría ridiculizar a partir de ahora por tan globalmente célebres impostores?

Con esta inquietud en mente, *The Yes Men* continúan, no obstante, su concienzuda preparación de la conferencia definitiva en Sidney, aquella en la que presentarían una visión tan inequívocamente demoledora del *agribussiness* globalizado a la manera de la OMC que ningún contable podría volver a felicitarles. En esta ocasión contarían incluso con la posibilidad de un *ensayo general* que les brinda Richard Robbins, profesor de la Universidad de Estatal de Nueva York en Plattsburgh al que conocen en abril y que se ofrece amablemente a

988 Ver: http://www.rtmark.com/legacy/pressgat.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

989 J. Useem, "Will the Real WTO Please Stand Up?", en *Fortune Magazine*, 21 de enero de 2002. Consultado en: http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2002/01/21/316581/index.htm (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

990 Business 2.0, "The 101 Dumbest Moments in Bussiness", en *Business 2.0*, abril de 2002. Consultado en: http://money.cnn.com/magazines/business2/101dumbest (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

invitarlos a dar una conferencia ante los alumnos de Económicas de su centro (la cual es anunciada efectivamente como si se tratara de una intervención de la OMC). Así pues, todo el equipo se dedica afanosamente a trabajar en el éxito de este *pretest* local: Bichlbaum y Bonanno, con la concepción de la idea y la redacción de la conferencia, y el resto del equipo, con el diseño gráfico y la presentación 3D que acompañarían a aquella. Cuando todo está a punto para la prueba previa, desde Sidney les llega la noticia de que la CPA cancela su Conferencia por falta de inscritos, con lo que *The Yes Men* han de concentrar todas las energías en que su aparición en Plattsburgh sea mucho más que un sondeo, ahora que no hay ninguna cita posterior para la que ensayar.

Así pues, el 8 de mayo de 2002 el supuesto Consejero de Desarrollo e Investigación Económica de la OMC, Kinnithrung Sprat, llega acompañado por toda su *troupe* al campus de la Universidad Estatal de Nueva York en Plattsburgh. Allí los recibirá amablemente Richard Robbins, quien los conduce hasta el salón de actos en el que más de trescientos estudiantes universitarios aguardan su conferencia "Nuevos horizontes de la Globalización del *Agribusiness* en el Tercer Mundo". Aprovechando la presencia de todos sus efectivos, *The Yes Men* se despliegan por el escenario universitario, de modo que mientras Kinnithrung Sprat (Andy Bichlbaum) inicia su ponencia, Matt le acompaña controlando la presentación gráfica que habían preparado, mientras que Mike Bonanno, supuesto responsable de Relaciones Públicas de McDonald´s-Nueva York, reparte entre el público cientos de hamburguesas.

Y es que la propuesta que la OMC presenta aquel día por boca del fingido consejero de la OMC se enfoca a acabar con el hambre en el Tercer Mundo mediante el empleo de hamburguesas, para lo cual cuentan con la colaboración de McDonald´s. El ponente comienza así pormenorizando de forma descarada cómo el aumento exponencial del comercio y las inversiones en países del Tercer Mundo en los últimos veinte años ha provocado que las desigualdades sociales en estos territorios crezcan hasta el doble, pese a la enorme riqueza que simultáneamente ha llevado a las arcas de las grandes corporaciones.

Ahora bien, se pregunta entonces el orador, ¿por qué esto supone un problema para la OMC? La respuesta aparece muy clara para él: El hambre hace peligrar la expansión del comercio pues, tal y como había afirmado su Director General, Mike Moore, "Los pobres son los consumidores del futuro".

La solución a las muertes por inanición y a la desnutrición en el Tercer Mundo que Sprat propone a continuación ante la ya agitada audiencia estudiantil (que desde el principio de la charla protesta y abuchea al ponente) encrespa definitivamente sus ánimos. Porque aquella pasaría lisa y llanamente por el *reciclaje* de la comida, partiendo, por un lado, de la constatación de la "ineficiencia" que demuestra el cuerpo humano al sólo absorber el 30% de los nutrientes contenidos en los alimentos; y, por otro lado, de los experimentos que vendrían realizando la NASA con respecto a la reutilización alimenticia de los desechos de los astronautas y McDonald´s (que, según este falso portavoz de la OMC, llevaría dos años empleando una tecnología que añadía entre un 20 y un 30% de residuos a sus productos, incluyendo, añade entonces Bichlbaum, las hamburguesas que hasta entonces comía el público estudiantil). Según él, la OMC desea profundizar en esta última línea de investigación y, de este modo, vendría desarrollando junto con la empresa citada un moderno y barato filtro de desechos humanos denominada Asistente Dietético Personal (ADP, *Personal Dietetic Assistant*) que, destinado a ser repartido gratuitamente entre la población empobrecida, permitiría a esta "reciclar" una hamburguesa un total de diez veces hasta extraerle todo su valor nutritivo.

Eso sí, antes de que a nadie se le pase por la cabeza que la OMC promociona fórmulas caritativas para paliar la desnutrición, Bichlbaum se apresura a precisar que esta solución no haría más que incentivar el libre comercio entre los más empobrecidos, los cuales se acostumbrarían a la dieta de hamburguesas hasta aspirar a conseguir una fresca, en lugar de su variante reutilizada. La puntilla la pondrá finalmente Mike Bonanno quien, en su papel de jefe de relaciones públicas de McDonald´s, estrena ante el atónito público universitario la animación gráfica en 3D con que su empresa ilustra esta propuesta de exportación alimentaria

del futuro. Dicha propuesta consistiría en un intrincado circuito de cañerías subterráneas globales que, partiendo de los retretes de los restaurantes Mc Donald´s del llamado Primer Mundo acabaría alcanzando los restaurantes de la misma cadena en lugares empobrecidos, donde un moderno filtro decorado con la imagen de Ronald McDonald lo convertiría en la base para las sucesivas hamburguesas "recicladas".

Cuadro de la animación en 3D presentada por Bonnano[991]

Después de contemplar tal espectáculo, los irritados asistentes a la conferencia explotan definitivamente y comienzan a usar sus bolígrafos como cerbatanas contra los impostores, al tiempo que les dirigen numerosos improperios y silbidos e incluso alguno les lanza con bastante puntería los restos de su hamburguesa. ¡Por fin alguien se indigna ante la imagen "corregida" de la OMC! Al salir de la Universidad entre las felicitationes de Richard Robbins y de aquellos alumnos que se han percatado ya de la parodia, una embarazosa duda comienza a obsesionarles cada vez más: ¿acaso los alumnos de Económicas salen de la Facultad menos inteligentes que cuando entraron en ella?

991 Extraída de: http://www.theyesmen.org/hijinks/plattsburgh/index.shtml (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

5.1.4.5."Grandes cambios en el modo de abordar el comercio mundial". Sidney (Australia)

Apenas unos días después de este gran éxito en Plattsburgh, *The Yes Men* reciben jubilosos la noticia de que la CPA ha decidido sustituir la conferencia inicialmente prevista por un almuerzo especial para contables, economistas y políticos canadienses y australianos a celebrar el 21 de mayo de 2002 y en el que se incluye una ponencia por parte de la OMC. Al fin y al cabo, el tal Kinnithrung Sprat y su equipo han adquirido ya los billetes de avión a Sidney y no están dispuestos a desaprovecharlos. Y si bien en un principio el plan había sido tomar buena nota del ensayo de Nueva York para implementar todas las enseñanzas extraídas de él en la más descarada de las parodias de la globalización del sector agrícola *made in WTO,* a medida que se acerca esta cita Bichlbaum, Bonanno y sus colaboradores se convencen de que el golpe de mano definitivo contra la OMC habría de ser de una naturaleza profundamente distinta a la explotada hasta el momento.

Tal y como reconocen en su libro, la inspiración original se la deben a su compañero Bob, quien, después de visionar la grabación del programa "*European Marketwrap*" de la CNBC, les confiesa que está convencido de que aún podrían haber ido más lejos en su crítica. Andy Bichlbaum, convencido de que no se podían decir más disparates juntos, se muestra incrédulo, ante lo que Bob responde que la organización podría haber admitido públicamente el fracaso de la política que viene impulsando y, consecuentemente, anunciar su disolución. A Bonanno, Bichlbaum y el resto esta idea tan sencilla y directa les cautiva de inmediato, hasta el punto de desechar cualquier material previo y lanzarse a reescribir su conferencia de Sidney desde el principio.

Ahora bien, a partir de ese momento *The Yes Men* se enfrentan a la suprema dificultad que implica el llevar el principio de *honestidad* que viene rigiendo todas sus maniobras de "corrección de identidad" hasta su apoteosis, esto es, hasta un extremo tal que el arrepentimiento acabaría reemplazando al fin a la desfachatez y osadía previas. Este profundo examen de conciencia al que estos impostores deberán someter, pues, a

su *víctima* evidentemente resulta mucho menos *satírico*, a la vez que les exige una profusión de datos muy fiables y actualizados de los que no disponen. Para solucionar este último aspecto Bichlbaum y Bonanno se desplazan a Londres a visitar a Barry Coates, el miembro del WDM que había participado en el debate del programa CNBC y que les proporciona gran profusión de informes y estadísticas y les ayuda finalmente a plasmarlos en la ponencia con la que *The Yes Men* pretenden *clausurar* la OMC.

Así pues, la mañana del 21 de mayo de 2002 Kinnithrung Sprat (Andy Bichlbaum) y su inseparable asistente (Mike Bonanno) se dirigen al rascacielos del centro de Sidney donde la CPA y el Consulado de Canadá tienen sus respectivas sedes y se disponen a poner el colofón a su aventura de "corrección de identidad" de la forma más poética que se les ocurre: Apabullando al auditorio con la letanía descarnada de todas las injusticias achacables a la OMC hasta concluir que, compelida por tan aplastantes argumentos, la organización ha decidido que sólo le queda la opción de disolverse. De esta forma, se daría paso a otra que, bajo el nombre de Organización Reguladora del Comercio, estaría basada en la Declaración Universal de Derechos Humanos y aspiraría a que el comercio global resulte beneficioso para todos los habitantes del planeta.

Y así lo hacen. Tras recibir una calurosa bienvenida de sus anfitriones, altamente expectantes ante los productivos resultados que podría depararles esta conferencia ante la globalización de los mercados para el salmón canadiense y el cordero australiano, Andy Bichlbaum inicia de esta forma el discurso con el que *The Yes Men* defenestran finalmente a la OMC:

> Quisiera darles las gracias a todos por venir hoy aquí, y quisiera pedir disculpas por un cambio repentino en el programa, consecuencia de algo bastante drástico que ocurrió ayer en Ginebra. Originalmente, mi idea era transmitir hoy un informe optimista sobre el estado del comercio mundial. En lugar de ello, me he convertido en mensajero de una noticia bastante desconcertante que nos afecta a todos de forma muy profunda, y que augura un

> verdadero cambio en nuestras relaciones con nuestros socios comerciales, en nuestros recursos humanos y dentro de nuestras propias organizaciones.[992]

La calurosa ovación con la que Andy Bichlbaum será recompensado al concluir su osada ponencia recibe por parte de *The Yes Men* una acogida muy diferente a la de anteriores citas, pues en esta ocasión es valorada como una gratificación a su labor de más de dos años al frente de la versión "honesta" de la OMC. Y es que ella supone la brillante culminación de una *carrera* de impostores que había comenzado en Internet y que posteriormente había afrontado osadamente el reto de su paso a la *versión en carne y hueso*, a modo de cazadores furtivos en medio de cotos de poder político y económico como aquel rascacielos de Sidney en el que logran la aprobación de un público habitualmente hostil a reflexiones como las que esgrimen Bichlbaum.

Pues tampoco en esta conferencia nadie ha enfurecido, ni se ha marchado airado, ni los ha denunciado ante la policía, y eso en esta ocasión resulta plenamente inmejorable. Durante toda una hora un auditorio compuesto por diplomáticos (entre ellos, el Cónsul General de Canadá), políticos, empresarios, contables, funcionarios y expertos en comercio agrícola, que habían acudido al almuerzo de la CPA ávidos de las fórmulas de negocio global que la OMC les propondría, escucha con solemne atención, y no pocas muestras de acuerdo, cómo esta entona el más abrumador *mea culpa* y anuncia a renglón seguido su intención de hacer borrón y cuenta nueva. Más aún, cuando el moderador abre el turno de preguntas posterior, los asistentes bullen por intervenir para alabar la decisión de la OMC y aportar entusiastas sugerencias para su nueva etapa. Este animado coloquio se prolongará hasta bien pasado el almuerzo, en el que el los impostores y el resto de comensales *desmantelan* el libre comercio global e incluso esbozan el nuevo logo de aquella ORC o planean el traslado de su sede de Ginebra a la capital de una zona empobrecida.

El comunicado de prensa que la versión "corregida" de la OMC

992 M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *op.cit.*, pp. 108-109.

emite el mismo 21 de mayo certificando su inminente desaparición desencadena un impacto nada desdeñable en la prensa internacional y en los altos círculos de la economía y la política, hasta que finalmente la noticia es desmentida por los propios impostores una semana después. Este ínterin basta, así, para que John Duncan, todo un decano Miembro del Parlamento canadiense, salte a la palestra en la sesión parlamentaria del 24 de mayo de 2002 para anunciar por sorpresa esta decisión y exigir al asombrado Secretario del Ministro de Comercio Internacional, Pierre Pettigrew, que explique a sus ciudadanos cómo afectará esto a los negocios globales de Canadá en el sector maderero y agrícola[993]. Con esto Bichlbaum, Bonanno y el resto de su equipo coronan su ambiciosa y audaz parodia contra la OMC, cuya imagen hasta entonces inmaculada (por la juventud de la institución, pero fundamentalmente por su plena opacidad) contribuyen a *empañar* con sus intempestivas apariciones públicas hasta abocarla, en el *súmmum* de la "honestidad" en la que se cimienta su "corrección de identidad", al colapso simbolizado por su autodisolución.

Al final de este relato poseemos ya la perspectiva para situar esta intervención juglaresca como la penúltima cumbre de la furtiva distorsión comunicativa (y, más concretamente, del *avergonzamiento táctico*, en el que este colectivo es un consumado maestro) que practican *The Yes Men*, la cual proviene siempre de su vocación de "tratar de crear espectáculos públicos que, de alguna forma, revelen poéticamente algo de nuestra cultura que constituye un problema profundo"[994]. El citado parlamentario canadiense John Duncan, tras percatarse de que le habían tomado el pelo, acertó de lleno, a mi juicio, al expresarse al respecto en estos términos: "*It was a brilliant master stroke*" ("Fue un brillante golpe magistral"). *Claro que sí*.

993 J. Baxter, "Internet hoax convincing enough to fool Alliance MP", en *National Post*, 25 de mayo de 2002. Consultado en: http://www.rtmark.com/legacy/more/articles/yesgaustnationalpost20010226.html (última consulta: 1 de noviembre de 2006).

994 Testimonio de Bonanno extraído de la mencionada película "*The Yes Men*". (La traducción es mía).

*5.2. Videojuego "*Bordergames-*Lavapiés"*

5.2.1. Introducción general

5.2.1.1. La "cultura impopular" de los videojuegos

"En media hora de juego podremos descubrir mejor a una persona que en un año de conversación"
Platón

El mundo de los videojuegos electrónicos, independientemente de cuál sea su plataforma de implementación (desde los salones recreativos hasta el ámbito doméstico de PCs o consolas, o incluso últimamente contemplando la portabilidad en móviles o consolas de bolsillo), ha experimentado en los últimos años una extensión vertiginosa, atrayendo poderosamente a millones de jóvenes y no tan jóvenes en buena parte del mundo. Más allá de la boyante cuenta de resultados de esta industria, sobre la que se aportaron algunos datos recientes en el punto 3.2.2.1, interesa subrayar, con respecto al caso que se estudia en este punto, el acento que cada vez más autores ponen en la fabulosa influencia cultural que, en poco más de dos décadas, han ganado estos juegos electrónicos. Un ejemplo recurrente a este respecto, que además atañe a la propia hegemonía dentro del sector audiovisual, lo encontramos con sólo echar un vistazo a la cartelera de estrenos de Hollywood de los últimos años. Frente a una tendencia inicial por la cual la industria del videojuego iba a remolque de los grandes éxitos de taquilla, produciendo a renglón seguido versiones para ordenadores y consolas, se consolida la percepción de que esta nueva industria audiovisual *adelanta* a la antaño intocable Meca del Cine. De esta manera ahora será esta la que habrá de seguir la estela de "juegos superventas" como "*Super Mario Bros.*" (la primera adaptación cinematográfica de un videojuego, realizada ya en 1993), "*Street Fighter*", "*Tomb Raider*" o "*Doom*" para garantizarse cuantiosos beneficios en algunas de sus recientes superproducciones.

Ahora bien, la óptica sociocultural que prima en el acento al que se aludía en el párrafo anterior va mucho más lejos de lo que estos *blockbusters* hollywoodienses representan, asumiendo en último término tal baile de cifras astronómicas como otro indicador del nivel hasta el cual estos nuevos juguetes electrónicos han cautivado exitosamente un imaginario imbricado con la experiencia cotidiana y con lo que denomina *cultura popular*. En este sentido las profesoras Suzanne de Castell y Jennifer Jenson (esta última impulsora del más avanzado estudio canadiense dedicado a la investigación, diseño y desarrollo de herramientas y entornos de aprendizaje multimedia basados en el juego) aluden expresamente a una "cultura vivida del juego" ("*a lived culture of gaming*"):

> En esta cultura del juego, no se trata meramente de jugar, sino que sobre los juegos se habla, se lee, se "trampea", se fantasea, se busca alterarlos, convirtiéndose así en modelos para la vida cotidiana y para la formación de la subjetividad y la intersubjetividad. Existe una política, una economía, una historia, una estructura y una función sociales y una experiencia cotidiana, vivida de un juego.[995]

La asunción de esta dimensión sociocultural en la investigación sobre videojuegos resulta, pues, esencial para estas autoras, pues ella nos permitirá primeramente invalidar la extendida tendencia desde numerosos frentes a la *demonización* de estas aplicaciones, entendiendo que esta se fundamentaría en la descontextualización y abstracción de la producción audiovisual con respecto al ámbito sociocultural en que es generada. Junto a ello, tal perspectiva dirige su atención al modo en que estos juegos se diseñan, apuntando las posibilidades que este proceso contiene para que el videojuego se conforme como una herramienta cultural de nuevo cuño de la que se puedan servir los jugadores para su vida cotidiana.

995 J. Jenson y S. de Castell, "Serious Play: Challenges of Educational Game Design" (Conferencia presentada en el Encuentro Anual AERA de Nueva Orleans (Louisiana) de abril de 2002 y disponible en: http://www.yorku.ca/jjenson/papers/aera2002.htm (última consulta: 4 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

Como refrendo de esta concepción, de Castell y Jenson nos recuerdan que las primeras experiencias de esta "cultura del juego" se localizaban eminentemente en los *espacios públicos* que constituyen las salas recreativas ("*arcades*") y cómo fue de ellas de donde salieron las más tempranas teorizaciones acerca de dicha cultura, de la mano de investigadores que acudían allí a observar a los jóvenes que se reunían a jugar con estas sofisticadas *máquinas tragaperras*. Entre ellos citan estas profesoras la investigación de Leslie Haddon, quien ya en 1988 concluía que las salas recreativas constituían el embrión de una nueva "cultura juvenil" separada y bien asentada[996]. Esta referencia a las *arcades* no está exenta de un matiz de lamento casi nostálgico, por cuanto de Castell y Jenson identifican a partir de principios de la década de los noventa un traumático repliegue de la investigación sociocultural sobre juegos electrónicos, coincidente con el relanzamiento en aquellos años de las videoconsolas como Nintendo, Sega y PlayStation. Según ellas, el hecho de que los estudiosos de los ochenta no pudieran seguir la pista de los jugadores en su éxodo masivo hacia el ámbito doméstico supone un factor muy relevante para comprender la *marginación* en que caería aquella "cultura juvenil" y la desafección con respecto a amplios sectores sociales que la caracteriza desde entonces (si bien en los ochenta tampoco era contemplada con muy buenos ojos). En este sentido, Pedro Manuel Moreno ha enfatizado en su capítulo dedicado a los videojuegos de la obra "Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación" cómo este proceso de rechazo se ha visto remachado por el abandono y la ignorancia a la que las políticas públicas han relegado los videojuegos (el título del punto 6 de su texto resulta harto ilustrativo al respecto: "Un sector cultural olvidado, infravalorado y desprestigiado por los gobiernos"), mostrándose completamente ciegas ante la relevancia de la "cultura multimedia" que emergía con ellos y ante la exigencia de abordar sus desafíos creativos, comunicativos y educativos:

> Tecnología aparte, no podemos desligar al videojuego de lo que entendemos por cultura; [...] Otra cosa es que esta

996 L. Haddon, "Electronic and computer games: The history of an interactive medium", en *Screen*, vol. 29, nº 2, pp. 52-73, citado en *idem*.

> industria, tal y como se encuentra actualmente configurada, no esté permitiendo un auténtico aprovechamiento de las posibilidades educativas, culturales y pedagógicas del videojuego, que convertirían al soporte videojuego en una forma más, pero más eficaz, de práctica cultural e instrumento de enseñanza de las propias nuevas tecnologías para niños y adultos.[997]

Y es que, abundando en esta última reflexión, si hay un sector social en que aquella desafección se manifiesta con la máxima virulencia ese es, sin duda, el educativo. Siguiendo la argumentación expuesta por las investigadoras canadienses puede señalarse, en efecto, cómo entre los principales actores educativos habitualmente se incurre de manera palmaria en la ignorancia, intencionada o no, de la consideración de los videojuegos como radicados en un contexto cultural que les proporciona su pleno sentido. Paradigmática a este respecto resulta la búsqueda de *cabezas de turco* entre estas aplicaciones que vienen emprendiendo en EE.UU. padres, profesores, políticos y no pocos académicos para explicarse los comportamientos violentos de los jóvenes. De este modo, concentrados obsesivamente en la acción y en los contenidos más o menos sangrientos y descarnados presentes en estas piezas audiovisuales, dejan intactas las estructuras de violencia ejercidas desde la sociedad y la propia escuela y obvian la discusión en torno a la compleja imbricación de estas con las tramas de los juegos.

En este punto recordamos la incisiva cuestión que lanzaba Michael Moore en su mencionado film "*Bowling for Columbine*" al tratar de entender qué pudo llevar a Eric Harris, de 18 años, y a Dylan Klebold, de 17, a emprenderla a tiros con compañeros y profesores del Instituto Columbine la mañana del 20 de abril de 1999. Así, si muchos apuntaban a la fatal influencia que sobre ellos ejerció la violencia contenida en las películas y en la música que emiten los *media*, ¿por qué no culpar al propio Presidente Bill Clinton, que aquel mismo día les ofrecía un ejemplo insuperable al lanzar el más devastador bombardeo

997 P. M. Moreno, "El videojuego: Lecciones de la primera cultura multimedia", en E. Bustamante, *op. cit.*, p. 219.

de toda su campaña contra Serbia? Esta reducida visión que cunde entre ciertos sectores educativos determina que los videojuegos sean contemplados bien como una mera distracción infantil que ha de controlarse (desde las posiciones más tolerantes), bien como un producto que conlleva una amenaza en toda regla para la familia y la propia institución de la escuela, tanto en sus estructuras como en sus objetivos. En última instancia, tal y como afirman de Castell y Jenson, el problema latente en este profundo desencuentro entre padres, profesores e investigadores y los propios jugadores radica no ya en la ceguera de aquellos ante la nueva cultura popular que surgiría entre estos, sino en su propia estigmatización como "cultura *impopular*"[998].

He aquí, por tanto, la cuestión de partida de este estudio acerca del videojuego "*Bordergames*-Lavapiés": ¿Estamos simplemente *condenados* como sociedad (y como educadores) a abandonar a su suerte esta "cultura impopular" en manos de la multimillonaria industria del *entertainment*? Y, en caso de responder negativamente, ¿acaso resulta válido considerar los videojuegos meramente como una *herramienta* con la que "recrear el aburrimiento del aula como una experiencia *online*"[999]? ¿Acaso no estamos ante un reto comunicativo (y pedagógico) de primer orden, el cual nos invita a *seducir* a los jóvenes hacia la construcción de procesos creativos y de aprendizaje plenamente abiertos e interactivos? Este último es precisamente el desafío del proyecto de videojuego "*Bordergames*-Lavapiés" que desde hace años proyecta y experimenta el colectivo madrileño Fiambrera Obrera (FO) con menores migrantes y redes sociales en torno al popular barrio de Lavapiés:

> …pretendemos denunciar e intervenir en realidades indignas, acercándonos a vidas de personas reales que viven aquí mismo. Desde ellas y para ellas. […] Para ello tenemos un *modo de hacer*: juntaremos movimientos sociales, artistas, educadores e informáticos con esos chavales para construir ese videojuego.[1000]

998 *Idem*. (La cursiva es mía).

999 S. Molyneux, "Possibilities of e-learning", en *Learning Lab Journal*, vol. 4, nº 2, marzo 2005, p.1. (La traducción es mía).

1000 Fiambrera Obrera, "El uso de las TIC en educación. El ejemplo de `Bordergames

Así pues, en las siguientes páginas propongo un recorrido que, asumiendo la perspectiva sociocultural defendida más arriba, nos permita asomarnos a una propuesta tanto política como pedagógica que apuesta por aprovechar todo el potencial de los videojuegos y con ello reivindicar plenamente lo *popular* presente en aquella pretendida "cultura impopular".

5.2.1.2. Videojuegos y educación: Más allá del rechazo (y del edutainment*)*

Las primeras investigaciones académicas en torno a la aplicación educativa de los juegos electrónicos surgieron en EE.UU. en los albores de la década de los 80, con estudiosos como Malone[1001], Bowman[1002] o Lepper[1003], que supieron detectar inmediatamente que en videojuegos como "*Space Invaders*" o "*Pac-Man*", que por entonces comenzaban a ganar aceptación entre un público juvenil amplio, existía un potencial pedagógico en absoluto desdeñable. En cualquier caso, otras investigaciones[1004] han hallado un precedente aún más temprano, apuntando como pionero en esta exploración educativa a H.G. Ball, quien, con un estudio de sugerente título, "*Telegames Teach More Than*

˝", 28 de noviembre de 2005, http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2005/11/28/el_uso_delas_tic_en_educacionel_ejemplo_de_bordergames (última consulta: 4 de noviembre de 2006) (La cursiva es mía).

1001 T. W. Malone, *What makes things fun to learn? A study of intrinsically motivating computer games* (Report CIS-7), Xerox Palo Alto Research Center, California, 1980.

1002 R. F. Bowman, "A Pac-Man theory of motivation. Tactical implications for classroom instruction", en *Educational Technology*, vol. 22, nº 9, 1982, pp. 14-17.

1003 M. R. Lepper, "Microcomputers in education. Motivational and social issues", en *American Psychologist*, nº 40, 1985, pp. 1-18.

1004 A. Méndiz *et al.* "Videojuegos y educación: Revisión crítica de la investigación realizada", en M. de Aguilera y A. Méndiz (coords.), *Videojuegos y educación* Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa, Serie Informes, Madrid, 2003. Consultado en: http://ares.cnice.mec.es/informes/02/documentos/iv04_0301a.htm (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

You Think" ("Los telejuegos enseñan más de lo que crees"), abrió allá por 1978 algunas de las rutas de investigación que muchos han continuado hasta ahora. Y, como se señaló previamente, hacia finales de los ochenta se llevaron a cabo interesantes aproximaciones a este ámbito, apuntando a las *arcades* como espacio público potenciador de la conformación de una "cultura juvenil" plenamente reconocible, si bien la década de los noventa significó una notable interrupción de esta línea de estudio con la citada reconquista del ámbito doméstico por parte de las grandes compañías.

El rotundo éxito comercial que desde entonces conoce el mercado de los videojuegos impulsó a finales del siglo XX un renacimiento del interés de abundantes investigadores por incorporarlos al aula, en un intento de dirigir ese entusiasmo comercial hacia propósitos educativos mediante una propuesta etiquetada como "*edutainment*", que Jenson y de Castell tachan de "producto comercial híbrido que *ni* es entretenido *ni* es educativo"[1005]. Al respecto argumentan las investigadoras canadienses que la mayoría de los equipos pedagógicos que, con marcadas carencias de pericia, fondos y herramientas tecnológicas punteras, ha tratado de desarrollar productos educativos destinados al mercado no ha logrado llegar al público juvenil, que prefería mayoritariamente los juegos comerciales realizados desde equipos ampliamente financiados que incluyen expertos en diseño, programación, imagen, música, iluminación, etc.[1006] Otra crítica profunda a este *edutainment* ha sido formulada por el profesor Zühal Okan, quien cuestiona la consistencia de esta propuesta, rebatiendo su expectativa de que el aprendizaje pueda ser siempre "colorido y divertido" y achacándole que puede conllevar que caigan en el olvido "la necesidad de trabajar y de estudiar seriamente y el desarrollo de estructuras cognitivas"[1007].

1005 J. Jenson y S. de Castell, *op.cit.*

1006 Ya en 1998 Elliot Soloway alertaba del reducido éxito de mercado de los productos interactivos de componente educativo en E. Soloway, "No one is making money in educational software", en *Communications of the ACM*, vol. 42, nº 2, febrero de 1998, pp. 11-15.

1007 Z. Okan, "Edutainment: Is learning at risk?", en *British Journal of Educational Technology*, vol. 34, nº 3, 2003, pp. 255-264.

Dicho esto, cabe mencionar también la traducción práctica que de esta propuesta ha llevado a cabo el Grupo F9 de la Universidad Autónoma de Barcelona en su defensa de la "edudiversión"[1008], por cuanto se considera que ilustra una implementación del *edutainment* distinta a la predominante en el mundo anglosajón y que, así, salva algunas de las críticas expuestas. En efecto, el Grupo F9 descarta el desarrollo de juegos educativos propios, sino que busca *importar* al aula el éxito de ciertos videojuegos comerciales y hacer uso de él para propósitos relacionados con el currículum escolar, mediante la elaboración de fichas de análisis que recogen una descripción del videojuego y sus contenidos, así como la correspondiente posibilidad de su aprovechamiento pedagógico en el aula.

Sea como fuere, puede afirmarse en general que las reservas que manifiestan ciertos profesores ante estos productos tecnológicos de *edutainment* apuntan a un cuestionamiento de fondo de los planteamientos educativos que los sustentan, remarcando que estos se basarían a menudo en la intuición o en una suerte de determinismo tecnológico, sin explicitar argumentadamente qué beneficios educativos concretos se derivan de su incorporación a los procesos de aprendizaje. A partir de estas reservas, Jenson y de Castell han lanzado una propuesta educativa interesante que pasa, en primer término, por desterrar los reduccionismos que lastran buena parte de la investigación en este ámbito (estudios que se concentran exclusivamente en una concepción constructivista del conocimiento, en la influencia de los juegos en la violencia juvenil o en las diferencias de uso entre chicos y chicas) y cuyo segundo polo fundamental es resumido por ellas en la necesidad de *aprender de los juegos comerciales*, de su capacidad de interconexión con las experiencias culturales más pujantes de los jóvenes:

> ¿Qué sucedería si la educación se tomara en serio las posibilidades de inmersión de los juegos para el aprendizaje? ¿De qué forma resulta la inmersión *antitética a la escuela,*

1008 Grupo F9, "Jugar con el ordenador, también en la escuela", en *Cuadernos de Pedagogía*, nº 291, mayo de 2000, pp. 52-54.

> *pero no al aprendizaje*? [...] ¿Qué implicaría permitir que el juego guiara un programa educativo, preguntándonos cómo podríamos aprovechar mejor sus posibilidades para fines educativos?[1009]

Para concluir este apartado, pues, recogeré a continuación algunas características de los videojuegos que Jenson y de Castell, en consonancia con otros investigadores de esa "cultura del juego", coinciden en identificar como portadoras de un importante potencial educativo:

1) En primer lugar, por supuesto, se destaca su *interactividad*, que contrastaría con la pasividad a que reducen a los jóvenes determinadas dinámicas escolares exclusivamente enfocadas hacia el aleccionamiento y la demostración.

2) Igualmente destacable resultan las altas *motivación e implicación*, características que derivarían directamente, según Jenson y de Castell, de la experiencia de un desplazamiento en el *locus* de control del profesor o del programa escolar hacia el propio jugador (que, por tanto, habrá de asumir las consecuencias de sus opciones) y asimismo de la "solidaridad más allá / fuera del juego (salas de *chat*, boletines de noticias, etc.)"[1010] que se genera en torno a la experiencia lúdica.

3) *Organización narrativa* que, según Steve Molyneux, abre oportunidades para una construcción del conocimiento que ya no dependa de la sola fuente que representa en el aula el profesor, sino que "pueda estar igualmente basada en la compartición entre pares (*peer-to-peer sharing*)"[1011].

4) Aprendizaje basado en *estructuras de actividad* y en dinámicas (nunca mejor dicho) de *role-playing*. Según Méndiz *et al*., este particular modo de organizar el aprendizaje es ampliamente

1009 J. Jenson y S. de Castell, *op.cit.* (La cursiva es mía).
1010 *Idem.*
1011 S. Molyneux, *op.cit.*, p. 2.

valorado en los diversos trabajos de autores de nuestro ámbito más cercano, como Estallo, Bartolomé, Gros, Calvo o el citado Grupo F9[1012].

Como síntesis de todas estas consideraciones, Jenson y de Castell defienden que la lección básica que nos enseñan los juegos comerciales es su capacidad de conseguir la "*inmersión lúdica*" de los jóvenes, que definen como el proceso de "hallarse voluntariamente sumergido, envuelto, absorto, aunque al mismo tiempo libre de ataduras familiares, mundanas, ideológicas e incluso corporales"[1013]. Este concepto resulta, a mi juicio, muy inspirador para abordar pedagógicamente la propuesta de FO que aquí se presenta, junto con aquel otro que propone al respecto Marc Prensky. Este experto en aprendizaje electrónico encuentra que el mayor problema al que la educación se enfrenta actualmente es la *incomunicación radical* que la extensión de lo digital ha instaurado entre profesores y alumnos. Para analizar este fenómeno, Prensky recurre a la afortunada metáfora de un diálogo de sordos entre "inmigrantes digitales" (los profesores recién llegados, en mayor o menor medida, al mundo digital) y "nativos digitales" (aquellos que desde su nacimiento manejan los códigos de los ordenadores, de Internet y de los videojuegos)[1014].

Desde el punto de vista de "*Bordergames*-Lavapiés" lo que esta metáfora implica es ni más ni menos la posibilidad de un radical cambio de papeles en el proceso educativo: Acaso por primera vez en su vida, y en el ámbito educativo, disponen los chavales migrantes de una mayor *libertad de movimiento* que las instituciones, pues en el territorio del videojuego ellos pueden sentirse tan *nativos* como cualquier otro y asumir plenamente el protagonismo de su trayectoria formativa. Y acaso también a los educadores que trabajan con chicos migrantes no les venga mal para cuestionarse activamente su intervención al respecto sentir temporalmente en su piel (por más que virtual) algo similar a aquel "estrés de aculturación" con que los psicólogos Kim y Bey conceptuaban

1012 A. Méndiz *et al.*, *op.cit.*
1013 J. Jenson y S. de Castell, *op.cit.*
1014 M. Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants", en *On the Horizon*, NCB University Press, vol. 9, nº 5, octubre de 2001, pp. 1-6.

la experiencia vital de los migrantes en su lugar de llegada[1015].

5.2.1.3. Videojuegos y política: Escape del panfleto interactivo

Si la irrupción de ®™ark en la campaña electoral estadounidense de 2000 con su página *web* de "corrección de identidad", http.//www.gwbush.com, se enmarcó en una incipiente irrupción de Internet en la batalla política por la presidencia de EE.UU., la última carrera presidencial de 2004 supuso la amplia difusión de lo que se ha dado en denominar "*political games*", videojuegos que diseñan algún aspecto de su trama con un carácter explícitamente político. En efecto, durante esta etapa los comités electorales de los dos candidatos mayoritarios, George W. Bush y John Kerry, ofrecieron a los internautas aplicaciones lúdicas multimedia con las que criticaban a su adversario, atacando desde su programa electoral hasta sus aspectos más personales, todo ello de un modo en que la grosería no estaba ni mucho menos ausente. Hay que remontarse, no obstante, a 2002 para encontrar el que se considera el primer *political game*, "*Escape from Woomera*", un videojuego que desde entonces circula ampliamente por Internet y cuyo desarrollo se explicará brevemente, por suponer una pionera experimentación con algunas dinámicas políticas a las que retornaremos al tratar específicamente sobre "*Bordergames*-Lavapiés".

En primer lugar, el título del juego alude al hecho de que Woomera es una de las ciudades de Australia que alberga un centro de detención de migrantes sin papeles. Estos centros son instituciones *parapenitenciarias* (asimilables a los centros de internamiento de extranjeros de la UE) situadas en medio del desierto, donde son detenidos y maltratados cientos de extranjeros que carecen de documentación en regla, tal y como denuncian movimientos sociales y congregaciones religiosas australianas desde hace años. Fue precisamente en 2002, al calor de la radicalización de las denuncias y de los sabotajes para permitir la huida masiva de cientos de migrantes del

1015 J. W. Berry, J. y U. Kim, "Acculturation and mental health" en P. Dasen, J. W. Berry y N. Sartorius (eds.) *Health and Cross-Cultural Psychology*, Sage, Londres, 1988, pp. 207-236.

centro de Woomera, cuando dos artistas digitales y una documentalista se unieron para denunciar las condiciones de vida de los detenidos mediante un videojuego en el que se proponía a los jugadores tratar de escapar de dicho centro.

Teniendo esto en cuenta, el potencial que me interesa destacar en el desarrollo de este primer videojuego político nada tiene que ver, pues, con la calidad de su *acabado* estético, ni tampoco con los *efectos* directos que pudiera producir su difusión, sino que atañe fundamentalmente al proceso político en que se inscribió su creación, así como al que esta dio pie. En este sentido, estimo ejemplar la tarea que emprendieron sus diseñadores para recabar información acerca de la situación de los extranjeros presos, así como sobre la propia disposición de dichos centros (localización y estado de los barracones, puestos de vigilancia, vallas, etc.), para lo cual supieron conectar tanto con los movimientos sociales que luchaban contra estos campos de detención, como con los propios detenidos, sus familias e incluso con antiguos guardianes. Hasta tal punto llegó esta labor investigadora que, por ejemplo, los escenarios del videojuego están diseñados a partir de los rudimentarios mapas que los presos les pasaban clandestinamente escondidos en tambores de detergente. De este modo, tras intensos meses de trabajo finalmente en 2003 comenzó a circular por la Red una primera versión de "*Escape from Woomera*", el cual alimentó aún más la ola de concienciación y visibilización públicas con respecto al colectivo de migrantes sin papeles, gracias a su audaz propuesta de acción y, sobre todo, a la precisa información que contenía acerca del centro de detención citado[1016].

Pocos son los investigadores que se han aproximado a este reciente fenómeno de los *political games*, los cuales, en cualquier caso, son difundidos al margen de los ámbitos del mercado audiovisual (la mayoría de ellos circula gratuitamente por Internet). Entre los que los

1016 M. Peirano "Political games: Conciencia política online", en *Boletin de nuevas tecnologías Consumer*, enero de 2006. Consultado en: http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2006/01/19/148727.php (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

han estudiado, cabe destacar los trabajos del citado Marc Prensky y de otros como Gonzalo Frasca o Chris Crawford, si bien aquí me detendré especialmente en las reflexiones que propone al respecto Paul Hollins, investigador del *Bolton Institute of Higher Education* que en 2005 avanzó ya una interesante tentativa de clasificación de las distintas vertientes de los videojuegos políticos[1017]:

1) GEPO ("*Games with explicit political objectives*", "juegos con objetivos políticos explícitos"): En este apartado sitúa Hollins todos aquellos juegos que se presentan inequívocamente como propaganda al servicio de un partido, un grupo religioso o un determinado fin político. Entre ellos destaca el "*America´s Army*", producto multimedia subvencionado por el Departamento de Defensa de EE.UU. para promocionar el reclutamiento de soldados, o el "*Under Ash*", desarrollado por *Afkar Media* (Siria) y destinado a chicos palestinos de 13 años en adelante para "llenar el tiempo de ocio que este sector siente" iniciándoles en las batallas contra el Ejército de Israel[1018].

2) GIP ("*Games with implicit political narrative*", "juegos de narrativa implícitamente política"): Según Hollins, en este grupo se situarían aquellos juegos que, sin poseer el contenido explícito de los anteriores, sí reflejarían (o reforzarían) estereotipos o determinados valores políticos de forma velada. Un ejemplo de GIP sería el videojuego "*President for a day*", en el que el jugador se encuentra al frente de un país africano donde "ha de tomar todas las decisiones cruciales por sí mismo"[1019].

3) GOPP ("*Games based on political processes and/or political activity*", "juegos basados en procesos políticos y/o en actividad política"): Se trataría aquí de aplicaciones que se desarrollan tomando

1017 P.Hollins, "Politics in games", ponencia presentada en el *Digiplay Seminar* de Londres el 28 de enero de 2005. Consultada en: http://les.man.ac.uk/cric/digi/presentations/hollins.ppt (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

1018 Cfr. http://www.underash.net/en_download.htm (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

1019 Cfr. http://www.presidentforaday.org (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

como eje determinados sucesos políticos de actualidad (los citados juegos de la campaña presidencial estadounidense) o pasados (como "*JFK Reloaded*", sobre el asesinato del presidente estadounidense John Fitzgerald Kennedy).

4) GAPE ("*Games as a form of political expression*", "juegos como forma de expresión política"): Dentro de esta categoría Hollins establece una subdivisión entre aquellos juegos que expresan posiciones políticas de forma abierta (como los juegos "*Beaner*", desarrollado por Fran Ilich, o "*The Crosser*" y "*La Migra*", por Rafael Fajardo, en los que se denuncia la tragedia de los migrantes mexicanos que tratan de cruzar la frontera con EE.UU.) y aquellos otros que lo hacen mediante la subversión de otros juegos existentes (como tergiversaciones basadas en "*The Sims*" o en el propio "*Under Ash*").

Llegados a este punto, la taxonomía propuesta por Hollins resulta útil precisamente como marco de referencia cuyos límites van a poner a prueba juegos como "*Escape from Woomera*" y, más aún, el propio "*Bordergames*-Lavapiés". Así, si bien Hollins conoce e incluye ya el primero dentro los GAPEs, ya se ha explicado cómo, más allá de su crucial valor como denuncia pública, fue la propia labor de diseño del juego la que se convirtió de pleno derecho en una dinámica política que recogía y alentaba el la indignación de miles de australianos y que, a la vez, amplificaba la voz de los presos y de sus familiares mediante una inédita tarea de investigación para documentar el juego. Así pues, en esta tesis apuesto (en la medida en que sirva para situar y difundir dichas dinámicas y sin ningún propósito exhaustivo) por una nueva categoría dentro de estos juegos políticos que, más allá de la mera utilización de aplicaciones electrónicas para la expresión, contemple la potencia del videojuego como *propiciador de procesos políticos* abiertos, participativos, interactivos y en continua evolución.

Un último valor político de estos videojuegos que me gustaría destacar antes de estudiar concretamente el "*Bordergames*-Lavapiés" es aquel que tuvieron presente y cultivaron pioneramente los creadores del "*Escape from Woomera*" a la hora de modelar sus escenarios: La

posibilidad de recrear fielmente lugares reales. Dicha posibilidad fue esbozada ya entre 2001 y 2003 por un grupo de arquitectos y programadores andaluces dentro del proyecto *Media Tank*[1020], el cual enfocaba sus pesquisas hacia las implicaciones de lo que identificaban como la tendencia creciente a *la transformación de la propia ciudad en escenario de videojuego*. De este modo, en el texto de presentación del proyecto el arquitecto sevillano Pablo de Soto constataba el abandono de la industria del videojuego de su inicial pretensión de asemejarse a las efectistas películas de Hollywood y afirmaba que lo que estaba por llegar a comienzos de siglo XXI era la completa mimetización de los decorados urbanos con los de los videojuegos[1021]. Tomando en consideración estos planteamientos, estimo que tal tendencia puede ofrecer amplias oportunidades para sacar rendimiento a aspectos de los videojuegos que se destacaban previamente como beneficiosos (la motivación, las estructuras narrativas y de actividad o la versatilidad de que disfrutan los jugadores), y ello hacia un nuevo aprendizaje de índole ya eminentemente política, esto es, basado en la disposición a explorar el territorio urbano en que habitamos, en una especie de *ensayo general* de lo que podemos encontrar cotidianamente en nuestras calles.

1020 Cfr. http://mt.wewearbuildings.cc/mostrar.php?categoria=ciudad (última consulta: 4 de noviembre de 2006).

1021 *Idem.*

5.2.2. Videojuego "*Bordergames*-Lavapiés": Menores migrantes marroquíes *jugando en / al barrio de Lavapiés*

5.2.2.1. Evolución del barrio de Lavapiés: Movimientos sociales y presencia de población migrante

Presentar el proyecto de videojuego "*Bordergames*-Lavapiés", que hunde sus raíces en el contexto geográfico, social, político e incluso artístico del madrileño barrio de Lavapiés, exige primeramente trazar una introducción sucinta a esta zona y a sus habitantes, así como al grupo artístico del que parte la iniciativa, al que se dedica el siguiente punto.

El de Lavapiés es uno de los barrios más antiguos de Madrid, en su origen habitado por los judíos de la ciudad, hasta que en 1492 se ordenó la destrucción de la judería tras decretarse la expulsión de aquellos de España. En el emplazamiento de la actual Iglesia de San Lorenzo se encontraba por entonces una sinagoga y se estima que el nombre de Lavapiés proviene de la costumbre ritual de sus habitantes de lavarse los pies en la fuente situada en la plaza del barrio antes de pasar al templo. Pese a los siglos transcurridos, esta zona no ha podido librarse del abandono y la marginación por parte de las autoridades y de cierto sector de los madrileños, siendo en los últimos años presa de amplios procesos especulativos que vienen transformando traumáticamente su arquitectura y composición social.

Así, tras una época en la década de los setenta en que, ligado a su vecindad con el Rastro de Madrid, Lavapiés se convierte en un escenario donde convergen las primeras corrientes culturales y artísticas *underground* junto con movimientos políticos de oposición al franquismo, desde los años ochenta se comienza a desencadenar una creciente presión sobre sus pobladores, mayoritariamente ancianos que pagan rentas bajas, muchos de los cuales desde entonces se ven sometidos a desahucios y expulsiones más o menos forzosas del barrio. La presencia de numerosos inmuebles en buen estado que se abandonan a la especulación impulsa ya por aquellos años, pero sobre todo a partir

de mediados de la década de los noventa, un *recambio generacional* en el barrio, donde comienzan a emerger movimientos sociales, mayoritariamente juveniles, que fraguan en él experiencias de *okupación* de creciente interés y repercusión, tupidas redes vecinales e iniciativas políticas diversas.

Más recientemente, la posibilidad de conseguir precios de alquiler no tan abusivos ha implicado la llegada de mucha población migrante de distintas zonas del mundo, con lo que nos encontramos ante un barrio que se convierte en el escenario de las ambivalentes dinámicas determinadas por los actuales procesos culturales, económicos y políticos (interculturalidad, multilingüismo, racismo y represión policial, especulación urbana, florecimiento de movimientos sociales, mezcla de costumbres y fiestas religiosas, etc.). Un último dato de relevancia para situar la evolución de este barrio en los últimos años lo constituye el convenio de colaboración para el "Área Preferente de Rehabilitación de Lavapiés" que firmaron el 12 de diciembre de 1997 el Ministerio de Fomento y el Ayuntamiento de Madrid y que se enfrentó a una amplia oposición por parte de los vecinos y asociaciones que habitan el barrio[1022]. Pues bien, es precisamente *la confluencia de estos dos pujantes movimientos, el político-social y el migratorio*, la que da sentido y origina el proyecto de la FO, por lo que se incidirá un poco más en ambas direcciones con la intención de proporcionar más pistas que permitan *aterrizar* esta iniciativa en el contexto concreto donde que surje.

Por lo que respecta al ámbito político hay que reiterar que de esta zona han partido algunos de los movimientos e iniciativas sociales más interesantes del panorama madrileño y estatal. A modo de muestra destaco dos ejemplos de este fértil territorio político: El primero es sin duda, la madurez que ha alcanzado el movimiento de *okupación* desde mediados de los años noventa en adelante, propiciando que numerosos

1022 Ver, por ejemplo, el documento de 2001 "La rehabilitación de Lavapiés o el despotismo castizo: Todo para el barrio... pero sin el barrio", en http://www.sindominio.net/labiblio/web1/doc/despotismo_redefinitivo_noviembre.rtf (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

inmuebles abandonados *se reactiven*, originándose concurridos y dinámicos centros sociales autogestionados que han significado un impulso asociativo para distintos actores políticos y vecinales del barrio. Acaso la experiencia más reconocida sea la del mencionado El Laboratorio, un centro social okupado autogestionado que desde 1998 emprende un trayecto nómada por hasta cuatro edificios abandonados de Lavapiés, convirtiéndose poco a poco en protagonista relevante en la política de la ciudad. Allí, por ejemplo, nació el primer laboratorio de experimentación *hacker* de la capital (actualmente, hay muchos más); en él se montó el Centro de Medios contra la Guerra que retransmitió en directo por radio y a través de Internet las imponentes movilizaciones contra la guerra de Irak que sacudieron Madrid en febrero y marzo de 2003; finalmente, sus sucesivas versiones supusieron un polo fundamental de la vida cultural, artística y social de Madrid al acoger representaciones teatrales y proyecciones de cine gratuitas, debates sobre la situación del barrio (a los que acudían incluso representantes de distrito de los partidos políticos), algunas clases de un curso de doctorado de Sociología, así como encuentros de repercusión nacional e incluso internacional como la conferencia de Richard Stallman de 2003 contra las patentes de *software* (con motivo de la campaña contra la Directiva Europea que pretendía imponerlas en la UE, la cual fue finalmente rechazada) o las I Jornadas Críticas de Propiedad Intelectual de 2003, en las que, entre otras cosas, se presentó por primera vez en España el proyecto *Creative Commons* (como apunté antes), e intervino Marcelo d´Elia Branco, del "Proyecto *Software* Libre Brasil", quien poco después sería nombrado por Lula consejero para la *migración* de la Administración de este país al sistema operativo GNU/Linux.

Junto a este centro social, es reconocida como radicalmente pionera la experiencia del centro social feminista La Eskalera Karakola[1023] que, después de nueve años de andadura en su primera ubicación del número 40 de calle Embajadores[1024], reabrió en marzo de

1023 Ver: http://www.sindominio.net/karakola (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1024 Ver: http://www.sindominio.net/karakola/textos/memoria.htm (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

2005 sus puertas en el número 52 (en un realojo al que lograron forzar al Ayuntamiento de Madrid al abandonar el anterior inmueble), albergando proyectos como "Envideas" (recopilación de recursos cinematográficos sobre mujeres), "Las Bonitas" (taller de experimentación teatral para mujeres), la "Agencia Precaria Todas Azien" (dispositivo *parasindical* alternativo dirigido a mujeres, y muy especialmente a mujeres migrantes), "Culebroneras" (grupo de elaboración de un *culebrón* para la radio) y el futuro Laboratorio de Medios, cuya presentación está prevista para el quince de diciembre de 2006. Junto a este aspecto, creemos digno de mención el hecho de que de este barrio han surgido algunas propuestas sociales y culturales de gran repercusión en la ciudad. Buena prueba de ello suponen el desarrollo de una red *wireless* que provee de interconexión a casi todo el vecindario[1025], la presencia en él hasta hace poco de una original televisión de barrio denominada Telepiés[1026] o la participación de movimientos sociales de la zona en la "Caravana Europea contra la Valla" que los días 4, 5 y 6 marchó a Ceuta para denunciar el recrudecimiento de la represión de inmigrantes africanos que intentan alcanzar territorio saltando la valla de esta ciudad y la matanza de más de una decena de ellos entre Ceuta y Melilla.

En cuanto a la trascendencia de los movimientos migratorios en Lavapiés, junto a los diversos cálculos que estiman que más de la mitad de su población es migrante, podemos recurrir a las estadísticas oficiales del censo del Ayuntamiento de Madrid de 1 de julio de 2006 (asumiendo que muchos migrantes sin papeles no están censados[1027]) para comprobar

1025 Ver: http://www.lavapieswireless.net (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1026 Ver: Zemos´98, "Telepiés: El medioactivismo de a pie", en *Forward*, septiembre de 2004. http://www.zemos98.org/spip/article.php3?id_article=39 (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1027 A finales de 2003 el gobierno del Partido Popular reformó la Ley de Extranjería de modo que la Policía tuviera acceso pleno al censo de población para facilitar así la identificación de posibles migrantes indocumentados. Posteriormente el gobierno del PSOE revocó esta medida, si bien su reconocimiento de que los datos del censo siguen siendo insuficientes para calcular el número de extranjeros habitantes en España quedó patente en el proceso de regulación extraordinaria de 2005, cuando se permitió probar el arraigo a los migrantes sin papeles por otros documentos que no fueran exclusivamente el certificado de empadronamiento.

que la zona de Embajadores[1028] es la segunda con mayor porcentaje de población extranjera de Madrid (un 33,46 %) y la primera en términos absolutos en número de migrantes de nacionalidad marroquí (más de mil quinientos)[1029]. La situación en que muchos de ellos viven es de amplia precariedad vital, económica y legal, cuando no quedan inmersos en focos marginados y/o delictivos, todo lo cual se ha visto agravado, no sólo para la mencionada población marroquí, sino para la musulmana y árabe en general, tras los atentados del 11 de marzo en Madrid y la posterior detención de presuntos implicados en el barrio[1030].

En cuanto a los datos referentes a menores extranjeros, estos representan en Embajadores el 38´ 11 % del total de niños en edad escolar de Embajadores, lo cual sitúa esta zona igualmente en primera posición en cuanto al porcentaje de población extranjera en esta franja etaria, según el mencionado censo de julio de 2006 del Ayuntamiento de Madrid. De estos menores, se estima que un importante número procede de Marruecos, habiendo algunos de ellos dejado atrás a sus familias para buscarse la vida en la capital de España. Tras la retirada de la reforma de la Ley de Extranjería de 2003 del gobierno del PP, la Policía no puede proceder a deportarlos, como sí hace con los adultos indocumentados, con lo cual una de las estrategias que se viene siguiendo con ellos consiste, según los propios menores implicados en "Bordergames" y los movimientos de apoyo a los migrantes del barrio consultados, en identificarlos y convencerlos a través de educadores sociales para que ingresen en una residencia de menores extranjeros situada en Hortaleza (o a algún centro parecido). Allí se les proporciona alojamiento, comida

1028 La propia Dirección General de Investigación de la Comunidad de Madrid financió en 2002 el proyecto de investigación "*Los inmigrantes en el Barrio de Embajadores: hacia una consolidación del negocio étnico*", dirigido por Juan Antonio Cebrián de Miguel y realizado en colaboración con el IEG y el CSIC.

1029 Datos extraídos de: http://www.munimadrid.es/estadistica/poblacion/pobExtr/pobExtranjera.asp (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1030 Un breve artículo al respecto aparece en la página *web* de Infoinmigrantes con el título "Así viven los musulmanes de Lavapiés tras el 11-M", 18 de junio de 2004, http://www.infoinmigrantes.com/vivencias/asi-viven-los-musulmanes-de-lavapies-tras-el-11-m.html (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

y formación. Una vez localizados en estas casas de acogida, las autoridades proceden a investigarlos para conocer de dónde vienen y tratar de localizar a sus familias en Marruecos y, en caso de que den con ellas, se procede a un "reagrupamiento familar" a menudo obligado, pues es habitual que ni los familiares ni los propios menores desean la vuelta a Marruecos[1031].

5.2.2.2. La Fiambrera Obrera y el origen del proyecto

Este sería, *grosso modo*, el caldo de cultivo en el que nace el proyecto del juego "*Bordergames*-Lavapiés", impulsado por el colectivo FO[1032], parte de cuyos componentes viven o mantienen una relación muy estrecha con el barrio de Lavapiés, donde vienen interviniendo al menos desde 1998[1033]. La heterogeneidad y el eclecticismo de sus planteamientos y *modos de hacer* y una muy particular habilidad para mutar cuando la situación así lo exige convierten la tarea de definir su trabajo en algo resbaladizo y complejo. Ellos, en la presentación que de sí mismo recogen en su página *web*, tampoco lo ponen más fácil:

> La Fiambrera es un modo de funcionar, de reaccionar -de agenciar, que dirían los listos- y por tanto aunque tiene tapadera, como cualquier fiambrera que se precie, admite rellenos bien diversos. Los fiambreras se distinguen por no

1031 Cfr. Fiambrera Obrera, "Historia de un niño marroquí en España", 27 de marzo de 2006, http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2006/03/27/historia_de_un_nio_marroqu_en_espaa (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1032 Volviendo a la *perruque* de la que me ocupé al comienzo del capítulo cuarto, resulta interesante aclarar que también el término "fiambrera" alude coloquialmente a la práctica de desviar recursos del lugar de desempeño profesional, concretamente a la desviación de materiales camuflados en la fiambrera donde los obreros llevarían el almuerzo del día.

1033 Para conocer más sobre intervenciones previas de FO en Lavapiés, pueden consultarse las siguientes direcciones *web*: http://www.sindominio.net/fiambrera/lavapies.htm, http://www.sindominio.net/fiambrera/cascotenlasola.htm http://www.sindominio.net/fiambrera/convocatoria.html (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

> distinguirse casi nada, por pegarse al terreno y funcionar desde ahí, sabiendo claramente en qué lado están aunque no tengan ni idea, como el resto de los mortales, de para dónde va todo esto.[1034]

La de "*Bordergames*-Lavapiés" no es, en ningún caso, su primera incursión en la lucha por los derechos de los migrantes y en la denuncia de la situación social y legal en la que viven muchos de ellos. Así, previamente el colectivo venía trabajando desde hacía varios años con movimientos sociales, colectivos de migrantes, abogados, progamadores y artistas en diversas iniciativas que, desde la irreverencia y la ironía atrevidas, abordaban los problemas y las luchas presentes en el ámbito de la migración. Una de sus intervenciones más conocidas consistió en el trabajo de "tergiversación publicitaria" (según sus propios términos) que realizaron de la revista turística "Mundos soñados" entre 2001 y 2003. De este modo la FO transfiguró el cuidado diseño y el lenguaje turístico de dicha publicación para denunciar irónicamente la situación de los migrantes, editando dos números en los que se ofrecía información detallada sobre la Ley de Extranjería, el Sistema Integrado de Vigilancia del Estrecho (SIVE, al que se refieren como el parque temático "Port SIVEntura"), los Centros de Internamiento de Extranjeros (a los que aluden como "Paradores de Internamiento"), las luchas europeas por la libre circulación de personas o incluso, en el número 2, "Especial Novios", acerca de la *desobediencia conyugal por lo civil* destinada a ayudar a los migrantes a conseguir papeles[1035].

Por lo que concierne concretamente al origen de la idea de este videojuego, la FO suele situarlo en torno a la serie de presentaciones que realizaron como "*visiting artists*" en la primavera del año 2000 en California, invitados por el *Museum of Contemporary Art of California* (MOCA) y la *California School of Arts* (CALARTS). Según explican en su mencionado artículo "El uso de las TIC en educación", quedaron tan

1034 Ver: http://www.sindominio.net/fiambrera (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1035 Ver: http://sindominio.net/fiambrera/sccpp/septiembre/mundos.htm http://www.sindominio.net/fiambrera/sccpp/enero/mundos_especial.htm (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

impresionados ante el escepticismo que planteaban los alumnos de CALARTS respecto a la posible transposición de las propuestas de la FO a Los Ángeles, que quisieron contactar con movimientos sociales locales para exponerles sus ideas y analizar conjuntamente de qué manera ellas podrían resultar provechosas en la urbe californiana.

Así fue cómo conocieron al grupo *Homies* Unidos[1036], colectivo que desde 1997 articula políticamente en Los Angeles a jóvenes cercanos a las pandillas armadas (muchos de los cuales son de origen latinoamericano) que buscan alternativas más allá de la violencia entre las diferentes *gangs* y al cual la FO invitó a elaborar conjuntamente un documental reivindicativo sobre la situación de estos chavales. Tal y como narran los miembros de la FO desplazados a California, estos *homies* acogieron su propuesta con total frialdad, pues el video no les aportaba ningún aliciente para narrar sus historias y expresarse con soltura, replicando que que lo sí les parecía una opción estimulante era *la creación de un videojuego*,

> uno en que por una vez fueran ellos quienes definieran las reglas y no para inventarse un mundo de hadas, ni para reflejar mecánicamente lo que estaban viviendo, sino para ser ellos mismos quienes, manejando lenguajes que conocían y dominaban, decidieran qué, cómo y a quien contarle qué cosa.[1037]

En este momento, además, la FO se percata de la crucial importancia de una apuesta decidida por la manipulación de aplicaciones de *software* libre para este tipo de labor, por ser estas las únicas que permiten desarrollar dinámicas abiertas, colaborativas y descentralizadas que ulteriormente puedan permanecer en las comunidades donde surgen, más allá de la ausencia de sus iniciales impulsores (esa *desaparición del artista* a la que alude constantemente Dimitri en nuestra entrevista)[1038].

1036 Ver: http://www.homiesunidos.org (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1037 Fiambrera Obrera, "Un poco de historia", 15 de noviembre de 2005, http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2005/11/15/un_poco_de_historia (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1038 Resulta muy ilustrativo acerca de las ventajas insoslayables del empleo del

Sería, pues, a partir de este momento cuando la idea de retomar esta iniciativa con los chavales migrantes de Lavapiés comenzó a adquirir forma, hasta que en otoño de 2003 el proyecto se pone definitivamente en marcha, tras las consabidas *piruetas* para conseguir fondos institucionales con que financiar su implementación.

5.2.2.3. Concepción inicial y desarrollo del videojuego

Antes de entrar en detalles acerca de la puesta en marcha y evolución del proyecto en su vertiente pedagógica y política aludida de "*propiciador de procesos políticos* abiertos, participativos, interactivos y en continua evolución", resulta imprescindible comenzar identificando cuáles fueron los *objetivos* fundamentales con los que la FO venía concibiendo desde 2000 la realización del videojuego "*Bordergames*-Lavapiés", siempre partiendo de su experiencia artítica y política en las luchas junto con migrantes.

El primero de dichos objetivos se plantea la *visibilización* de que la violencia de las fronteras no se ejerce sólo en el paso del Estrecho o en las vallas de Ceuta y Melilla, sino que se extendería actualmente a toda la ciudad, mediante dispositivos que erigen *microfronteras* en la existencia cotidiana de los migrantes (acceso a la vivienda y al trabajo, escollos burocráticos para obtener permisos legales, controles de documentación y registros en plazas y estaciones, prejuicios sociales, etc.): "El resultado será un videojuego en el que se reflejará, de la forma

software libre aquello que contaba Dimitri acerca de los primeros contactos de la FO con programadores de videojuegos para solicitarles su colaboración en el proyecto: Al no estar aún afinadas las primeras herramientas libres de modelado 3D y de diseño de juegos electrónicos, el colectivo madrileño no pudo recurrir a los *hackers* y se dirigió a programadores profesionales. Estos les exigían altísimas cantidades económicas por el diseño inicial del juego, el cual, además, quedaría bajo su absoluto control absoluto (mediante patentes y *copyright*) una vez finalizado. De este modo cualesquiera versiones (o correcciones) posteriores que la FO quisiera desarrollar, sólo podrían realizarse a costa de un nuevo desembolso millonario. Esta interactividad a golpe de talonario supuso para la FO una especie de equivalente de lo que sinificó la experiencia de la impresora Xerox para Richard Stallman. Ver: Anexo 1, p. 766.

más real y pedagógica posible, la vida cotidiana de un inmigrante en un país extranjero"[1039]. En este sentido, el juego no está sólo concebido para que lo jueguen los propios chavales de Lavapiés, sino para que lo utilicen también menores migrantes de otras ciudades y países, así como los propios nativos. La segunda de las metas fundamentales del proyecto sería, a partir de aquí, incitar a los propios chavales afectados por estos dispositivos a que, a partir de un formato como el videojuego, que les resulta accesible y atractivo, planteen alternativas de intervención en su entorno cotidiano para sortear la amenaza, siempre presente en sus vidas, del "*game over*":

> `*Bordergames´*, más allá de ser un videojuego es también una propuesta de *autoorganización de la memoria más inmediata* y una vía para convertir la propia experiencia en materia de experimentación, debate e intervención, es decir para construir la propia experiencia como situación.[1040]

Por último, y conectando de forma inseparable con esta segunda consideración, se formula un objetivo más general relativo al intento de "contagiar" a estos migrantes desde la perspectiva de la "autonomía":

> La autonomía definida desde la Ilustración [...] como capacidad de otorgarse a sí mismo las normas del propio desarrollo [...] ha sido luego tan ninguneada como podamos pensar: esterilizada e instrumentalizada en su espléndido o miserable aislamiento. [...] *Hacer de la autonomía una realidad política contagiosa* es, también, uno de los objetivos de este proyecto. Autonomía en este contexto significa dotarse de herramientas para que aquellos a los que se les niegan por ley los más básicos derechos políticos, sindicales y sociales puedan construirse como agentes

1039 Fiambrera Obrera, "El uso de las TIC en educación".

1040 Fiambrera Obrera, "Bordergames: de la subalternidad a la autonomía", 2 de abril de 2006, http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2006/04/02/bordergames_de_la_subalternidad_a_la_autonomia (última consulta: 5 de noviembre de 2006) (La cursiva es mía).

sociales pese a las múltiples fronteras.[1041]

Una vez definidos sintéticamente los objetivos del proyecto, y enmarcando su intervención "dentro de la pedagogía crítica y de la *propuesta metodológica de la intervención-acción-participación*"[1042], la FO se vale de los fondos que le concede la Casa Encendida de Madrid (centro cultural de la Obra Social de Caja Madrid situada en los aledaños de Lavapiés) para darle en otoño de 2003 el impulso definitivo a esta idea y comenzar su paulatina materialización. El primer y fundamental paso lo constituye la toma de contacto con una casa de acogida de Madrid donde viven varios menores migrantes que no tienen familia en España, y ello a través de un educador social que trabaja desde hace años con ellos, llamado Said. De este primer contacto surgirá el grupo original de ocho niños, de nacionalidad marroquí y de edades comprendidas entre los nueve y los doce años, que comenzará a trabajar (y jugar) en el proyecto "*Bordergames*-Lavapiés". Paralelamente, la FO destina parte del dinero conseguido a financiar el esmerado modelado en 3D de la plaza de Lavapiés (en el cual, además de programadores, colaboran arquitectos), lugar cardinal del barrio y, por extensión, escenario central del "*Bordergames*-Lavapiés", así como un breve video-presentación del proyecto en el que el personaje de Said invita a los niños a participar con un mensaje en árabe cuya traducción sería:

> Hola, chavales, bienvenidos a Lavapiés. Este es un barrio muy especial de Madrid. Vamos a dar una vuelta. Estad muy atentos porque hay muchísimos peligros en 3D que os pueden dañar. Este barrio está lleno de historias: Algunas son tan desternillantes que nos harán reir hasta la médula y otras dan tanta pena que nos harán sollozar y deprimirnos. Pero, incluso en esta realidad, todo esto es un juego. Las historias son tan reales como la gente que vive en este barrio. Esto significa que nosotros tendremos que contar nuestras propias historias y cómo para nosotros España no significa ese "paraíso" que la gente siempre piensa que existe. Tómate un buen tiempo e intenta inventarte tu propia

1041 *Idem.* (La cursiva es mía).
1042 Fiambrera Obrera, "El uso de las TIC en educación", *op.cit.* (La cursiva es mía).

> versión de este juego, intenta hacer un juego virtual que sea incluso más real que lo que los políticos e instituciones dicen. Seguro que no será muy difícil.[1043]

Igualmente de estos talleres emana ya la definición conjunta de cuatro grandes ejes temáticos, los cuales vienen representados por cuatro personajes principales que aparecerán en el transcurso del videojuego el niño protagonista y con los cuales hay que interactuar para superar los desafíos que cada uno sintetiza: el "ducador" (forma con la que los niños se refieren al educador social), los agentes de policía, un grupo de obreros y un personaje misterioso, denominado el "trilero", que les ofrece papeles sin que se sepa muy bien qué pretende conseguir a cambio. Junto a esta representación de las personas con las que se encuentran cotidianamente en la plaza de Lavapiés estos chavales, a ellos les toca asimismo comenzar a consensuar cómo desean *autorrepresentarse* a través del diseño del niño protagonista de la acción.

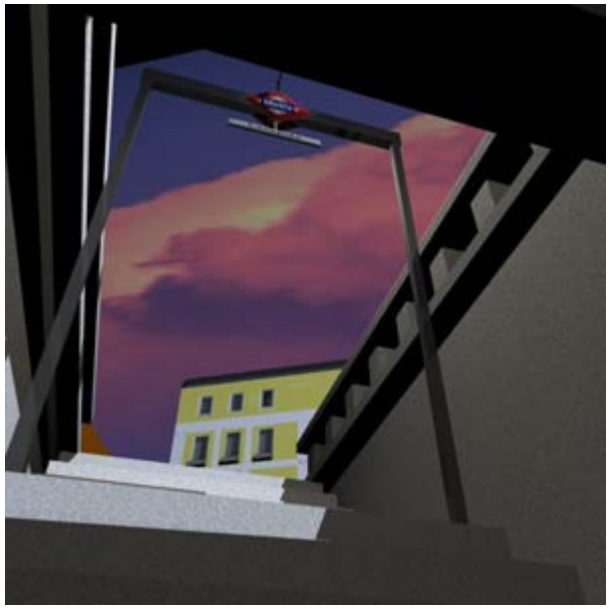


Imagen desde abajo de la antigua boca de metro de Lavapiés[1044]

1043 Cita extraída del Anexo 1, pp. 747-748.
1044 Extraída de:

Reconstrucción digital de la empleada de limpieza de la plaza de Lavapiés[1045]

http://sindominio.net/fiambrera/bordergames/imagenes/BORDERGAMES010.jpg (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

1045 Extraída de: http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/archives/2005/11 (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

Imagen de la plaza de Lavapiés[1046]

Una vez terminada la exposición en la Casa Encendida, y debido a discrepancias con la línea de trabajo de esta institución, el proyecto se encuentra de nuevo sin financiación con la que poder seguir desarrollándose a pleno ritmo. Mientras tanto, los trágicos acontecimientos del once de marzo de 2004 en Madrid y la detención posterior en un locutorio del barrio de tres presuntos colaboradores de los atentados vuelven a colocar Lavapiés y, sobre todo, a su población árabe y musulmana, en la picota de la prensa, de ciertos sectores ciudadanos y de la represión policial, según testimonian Dimitri y Omar. Podría decirse que aquellas microfronteras que el videojuego pretendía sacar a la luz y discutir públicamente con los menores migrantes se multiplican a cada paso que estos dan desde aquellos días de marzo.

Finalmente, en 2005 la FO llega a un acuerdo con el MediaLab del Centro Cultural Conde Duque para retomar el proyecto contando con

1046 Extraída de:
http://sindominio.net/fiambrera/bordergames/PANTALLAS/LAVAPIES6.jpg (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

el respaldo financiero y tecnológico de este, que se había mostrado muy atraído por la concepción de "*Bordergames*", especialmente por lo que concernía a su aprovechamiento de las potencialidades creativas y colaborativas del diseño multimedia con *software* libre y a las importantes implicaciones pedagógicas que, desde el punto de vista de la *alfabetización digital*, conllevaban los talleres que venía desarrollando la FO con los chicos marroquíes. De esta forma, el colectivo madrileño pone de nuevo en marcha los talleres de creación del videojuego con otro grupo de niños marroquíes de entre nueve y doce años, al que se incorpora de nuevo Said y Omar, un chico de diecisiete años. Al disponer ya del modelado en 3D del escenario (mobiliario urbano incluído) y de los personajes, el trabajo más importante que se aborda en esta fase consiste en diseñar *cómo va a transcurrir la acción* del juego.

Los dos primeros días los pasan íntegramente jugando al célebre videojuego de aventuras gráficas "*Monkey Island*", cuyo descabellado sentido del humor hace que los artistas madrileños lo escojan como fuente de inspiración, sobre todo en lo concerniente a los *duelos* en los que los piratas se baten mediante el intercambio de insultos, réplicas y contrarréplicas (incluso rimadas) hasta que el más ingenioso logra vencer a su rival dialéctico. Una vez que los niños se han familiarizado ya con la dinámica que la FO les plantea para el videojuego que ellos habrán de crear a continuación, se ponen en marcha una serie de *talleres de historia oral* en los que durante casi un mes se dialoga con los menores acerca de su experiencia migrante: cómo han logrado entrar en España (debajo de un camión, en patera, etc.), qué problemas y diferencias encuentran para adaptarse a la ciudad de Madrid, si sufren la represión policial o los prejuicios raciales y, más concretamente, cuáles son las principales dificultades que existen en el barrio de Lavapiés, que todos ellos frecuentan.

Una vez concluída esta primera fase, los chavales tienen ya claro que será a estas dificultades a las que deberán hacer frente mediante los mencionados duelos dialécticos, en los que el ingenio y la capacidad de reacción serán la clave para salir bien parado de los peligros que los acechan en la plaza de Lavapiés. A partir de aquí

comienza una segunda fase eminentemente práctica, en la que la FO familiariza a los menores, por un lado, con el manejo de nociones y equipos fotográficos digitales y, por otro lado, con herramientas informáticas de diseño gráfico y modelo en 3D (empleándose, entre otras, aplicaciones de *software* libre como Blender y Crystal Space). Se inicia, así, un continuo ir y venir entre la plaza de Lavapiés, donde los niños escogen a los *modelos* con los cuales pretenden modelar a sus protagonistas virtuales y les piden permiso para fotografiarlos y emplear su imagen en el videojuego, y el Centro Cultural Conde Duque, donde vuelcan todo el material gráfico y aprenden cómo digitalizar y *dar vida* a los personajes (principales y secundarios) del "*Bordergames*-Lavapiés" (en un proceso que conlleva una *desmembración* inicial a partir de las fotografías realizadas a los vecinos del barrio y su posterior ensambladura en un esqueleto virtual). El mismo proceso se desarrolla con respecto al escenario de la plaza, cuyo diseño original modifican y personalizan los menores a su gusto, para lo cual, de nuevo, han de salir al barrio y entablar contacto con tenderos, quiosqueros o vecinos, de modo que estos les permitan retratar sus rótulos, escaparates o balcones y lograr, así, una *reapropiación plena del escenario* que dote al juego del mayor realismo posible.

El hecho de que dicha acción, por basarse "*Bordergames*-Lavapiés" en el mencionado "*Monkey Island*" (y, claro, por su intencionada simplicidad, lejos de cualesquiera efectismos o espectacularidad), se construya fundamentalmente sobre los diálogos que el niño marroquí protagonista del juego entabla con los personajes que encuentra en la plaza determina que se repitan las dinámicas de discusión colectiva con los chavales para decidir qué opciones de contestación posee el susodicho niño y, lo que es más decisivo, qué consecuencias va a entrañar cada una de ellas. En este sentido, la FO recalca que en ningún momento se han censurado las frases que se les ocurrían a los niños o se ha inducido a estos a relacionar determinados beneficios o perjuicios con cada una de ellas, sino que se pretende que haya la mayor diversidad de puntos de vista y que, así, los diálogos devengan "una herramienta de comunicación o de difusión de realidades diferentes que están

sucediendo y, en este caso concreto, en España, Madrid, Lavapiés"[1047].

Ahora bien, la importancia de las conversaciones de los personajes no nos debe hacer perder de vista que mediante dichas dinámicas se deciden colectivamente *todos y cada uno de los aspectos del videojuego*, incluyendo, por ejemplo, el enfoque que vamos a ver de la acción, el cual escogen los chavales según la naturaleza del encuentro de entre las cuarenta y cinco cámaras disponibles en el "*Bordergames*-Lavapiés". De este modo, cuando el protagonista sale de la estación de metro y ve a los policías, se escoge una cámara más baja para representar la acción, de modo que los policías aparezcan en contrapicado como más altos y amenazantes. Del mismo modo, la música del videojuego (por ahora única para toda la acción, si bien se desea adaptarla a cada uno de los trayectos por la plaza) es elegida por los niños en los talleres y la FO planea para próximas versiones del "*Bordergames*" desarrollar talleres específicamente musicales para que sean ellos los que lleguen a componer la banda sonora de su juego.

Será a partir de la labor ejecutada en estos talleres por la FO y los niños, con la ayuda imprescindible de Said y Omar, que por fin en noviembre de 2005 ve la luz la primera versión del "*Bordergames*-Lavapiés", que es anunciada en distintas cadenas televisivas y medios de comunicación escritos y que se pone inmediatamente a libre disposición de los interesados en la página http.//www.bordergames.org, así como en la red de intercambio P2P eMule. El siguiente punto está consagrado a explicar sucintamente cómo se desarrolla la acción de este peculiar juego multimedia y, lo que resulta más sugerente, cómo se puede *seguir desarrollando* sucesivamente.

*5.2.2.4. Dinámica de juego del "*Bordergames-*Lavapiés"*

Como se señalaba anteriormente, la acción del "*Bordergames*-Lavapiés" se asemeja en buena medida a la serie de aventuras gráficas titulada "*Monkey Island*" y, en este sentido, cada vez que se inicia una partida del videojuego nos encontramos situados en la madrileña plaza

1047 Cita extraída del Anexo 1, p. 752.

de Lavapiés rodeados por una serie de personajes, entre los cuales existen algunos con los que podremos interactuar. De esta forma, si llevamos a nuestro protagonista, por ejemplo, hacia el "ducador" podremos comenzar una conversación con él, en la que este, a través de su propia participación en la construcción del videojuego, se autorrepresenta según su rol legalista, que implica, en primer lugar, averiguar si el niño tiene documentación o familia en España y, en caso negativo, invitarlo a la casa de acogida, tratando al mismo tiempo de sonsacarle datos acerca de su procedencia para que, una vez en la residencia de menores, se pueda localizar a su familia en Marruecos y devolverlo allí con ella.

El diálogo transcurrirá, pues, de la siguiente manera: Said, el "ducador", se dirige amablemente al protagonista y le inquiere "Eh, ¿de dónde vienes? ¿cuál es tu nombre?". En ese momento al niño se le presentan una serie de opciones de respuesta, ante las cuales no puede perder de vista que habrá de asumir las consecuencias derivadas del acierto o desacierto de cada una de ellas. Así, si el chico se muestra confiado ante el "ducador" y le confiesa la verdad (su nombre y de donde viene), Said le propondrá contactar con su familia en Marruecos y llevarlo de vuelta allí, ante lo cual el protagonista, por más que se niegue y le explique al "ducador" que prefiere quedarse en España y ganarse la vida aquí, verá cómo golpea su cabeza un ladrillo caído del cielo al que acompaña un rótulo que reza "El educador ha cogido tus datos y realmente vas a ser deportado a Marruecos en dos semanas. Esto es lo que sucede cuando siempre juegas a desempeñar el rol de chico bueno. Terminaste. Has perdido".

Esta es, pues, la dinámica que se repite a lo largo de la acción de este videojuego, si bien hay que dejar claras las decisivas diferencias que propician que "*Bordergames*-Lavapiés" sea mucho más que *un videojuego más* (en tanto que producto final), acaso con mayores dosis de realismo o con una autoría colectiva (e infantil). Y ello, en primer lugar, porque desde la concepción del proyecto la FO rechaza la dinámica mayoritariamente ligada a los videojuegos comerciales de mayor éxito, basada en la competitividad, la victoria sobre los demás, la

consecución de una finalidad o la llegada a una meta en primera posición. En este sentido, conviene insistir en lo ya expuesto acerca de la naturaleza fundamental del videojuego como "propuesta de autoorganización de la memoria más inmediata" y, junto a ello, de su importante dimensión pedagógica (y, más concretamente, enmarcándolo dentro de la llamada "pedagogía crítica"). Así pues, tal juego *memorioso* y destinado a procesos de aprendizaje participativo sobre la vida cotidiana deja de lado cualquier noción de final único y predeterminado, de ganadores y perdedores y se concentra, en el momento de la interacción virtual (como antes se hizo en la creación del juego), en el *proceso*, esto es, en el propio desarrollo del juego.

Consecuentemente, cuando al protagonista le cae el ladrillo en la cabeza (lo cual le acaba sucediendo casi siempre), ello no significa que haya perdido, sino todo lo contario: Ha ganado mayor conocimiento de su entorno y se encuentra más preparado para enfrentarse a él. Es por ello que el videojuego está diseñado no como una sucesión de pantallas o de fases que conduzcan hacia una victoria final, sino como un conjunto de episodios concebidos para que el jugador los experimente todos y pueda enriquecerse con lo que cada uno de ellos le aporta. No en vano, cuando en la negociación con los niños surge la idea de incluir un *final feliz*, en el que un misterioso personaje les consigue papeles, se decide colectivamente añadir una coletilla final en la que, después de darles la bienvenida a Europa, se les advierte de lo que les espera a continuación: precariedad, explotación laboral, carencia de seguro social, etc.

La segunda de las diferencias cruciales de este videojuego con respecto a los que habitualmente conocemos (sean comerciales, políticos, educativos o de *edutainment*) es la que viene definida por aquella lección que la FO aprendió inicialmente en California con los *Homies* Unidos (y con los programadores profesionales de videojuegos[1048]) y que sintetiza con la expresión "mentalidad *copyleft*" o con la caracterización de su videojuego como *libre* (en el mismo sentido del "*software* libre" o de la "cultura libre"), más allá de consideraciones

1048 Ver nota 1038.

estrictamente técnicas determinadas por coyunturas específicas[1049]. En resumidas cuentas, el "*Bordergames*-Lavapiés" no se reduce a una trama de situaciones cerradas y a una serie de finales predeterminados ante los que el jugador haya de conformarse impotentemente. Todo lo contrario, si algo no le gusta, no le parece acertado, lo considera mejorable o cree que puede contemplarse desde una nueva perspectiva, posee plena libertad para, con los rudimentos tecnológicos adecuados, manipularlo y transformarlo a su gusto. Se desencadena así un proceso recreativo en virtud del cual van a proliferar muy diversas *sagas* del videojuego construidas las unas sobre las otras, hasta el punto de que, a día de hoy, la acción incluso se ha desplazado ya de la plaza de Lavapiés para poner en marcha versiones específicas del "*Bordergames*" localizadas en Berlín (más concretamente, en el barrio de Kreuzberg, siendo los protagonistas en este caso menores migrantes de nacionalidad turca), Figueres, Kortrijk (Bélgica) y Alhucemas.

Sin duda, la herramienta clave para que todo este rico proceso pueda desarrollarse es el editor de *software* libre que construye el programador del "*Bordergames*-Lavapiés". Dicho editor es diseñado insistiéndose especialmente desde la FO al programador para que trate de realizar una interfaz gráfica lo más semejante posible a aplicaciones

1049 Si bien tanto la FO como los programadores del "*Bordergames*-Lavapiés" (alguno de los cuales posee una amplia reputación como *hacker*) son defensores convencidos del *software* libre, las primeras versiones del juego sólo están disponibles para ser empleadas en el sistema operativo Windows de Microsoft. Tal decisión *contra natura* responde a la constatación de que los ordenadores de las casas de acogida y los centros educativos a los que acuden los chavales migrantes emplean dicha plataforma, con lo cual la opción por el sistema GNU/Linux supondría un obstáculo para que estos pudieran seguir jugando y experimentando con el "*Bordergames*-Lavapiés" más allá de los talleres con la FO. En este caso, y sin que deje de resultar profundamente paradójico, la amplia distribución inmediata de juego exigía de entrada imponer esta restricción sobre sus usuarios.

Sea como fuere, la FO prevé que el videojuego, realizado en buena medida con *software* libre y él mismo libremente ejecutable, copiable y modificable, esté pronto disponible para ser utilizado en sistemas operativos libres, además de en todos los sistemas operativos Windows (actualmente existen incompatibilidades con las tarjetas gráficas de algunos de ellos) e incluso en una versión *multiplayer* mediante la cual sea posible que varias personas jueguen a la vez a través de Internet.

con las que están familiarizados los participantes en el taller. El resultado de este importante esfuerzo técnico es la disposición de un programa que habilita a cualquier usuario del "*Bordergames*-Lavapiés" a desmontar por completo los elementos principales del videojuego y recomponerlos según sus preferencias específicas, introduciendo nuevos escenarios, nuevos personajes, nuevos diálogos, nuevos enfoques de cámara y nuevas interacciones.

En este sentido, Omar cuenta en la entrevista cómo desarrollaron una impresionante demostración de esto en febrero de 2006 con motivo de la presentación del "*Bordergames*-Lavapiés" en el Festival de Arte y Cultura Digital *Transmediale* de Berlín[1050]. Habiendo tomado previamente una serie de fotografías de fachadas, coches, tiendas y demás desde puntos estratégicos del citado barrio berlinés, Omar y Said fueron capaces de recrear virtualmente ese escenario mediante el editor del videojuego (cortando y pegando dichas fotos sobre las formas geométricas puras incluídas en el diseño inicial y añadiendo incluso nieve y neblina para hacer más realista la ambientación) y los asistentes pudieron de inmediato comenzar a jugar como si estuvieran en Kreuzberg. Según Omar, mucha de la gente que no presenció cómo reconstruían el escenario, se quedó asombrada de que ya hubieran traído preparada desde Madrid una versión berlinesa del juego tan bien hecha y hubieron de explicarles, para su mayor incredulidad, que la habían terminado en sólo unos días.

En efecto, el editor tiene incorporados tres iconos con los cuales se pueden transformar tanto los recorridos de los personajes, como sus acciones como su propia apariencia. De este modo, manipulando el icono relativo al recorrido es posible conjuntar la trayectoria del protagonista con la de los distintos personajes que se hallan en la plaza de Lavapiés, dando lugar a nuevas interacciones entre ellos. Además, debajo de cada personaje también se encuentra un botón azul con el que se puede modificar su comportamiento, esto es, tanto su postura, como su movimiento, como el enfoque desde el cual lo contempla el protagonista. Igualmente resulta posible alterar los diálogos que se

1050 Ver: http://www.transmediale.de/site (última consulta: 5 de noviembre de 2006).

producen entre los personajes, abriendo con el botón derecho los *scripts* donde estos se archivan y, una vez realizados los cambios oportunos, añadiéndolos al programa con un nuevo nombre de *script* para que queden cargados en él. En este punto, la FO simplificará un poco esta estructura de *multiple choice*, estableciendo que determinadas versiones del diálogo siempre conducirán a algo malo y otras a algo menos malo (de modo que los chavales sepan donde incluir sus aportaciones en función de cuáles son las consecuencias que prevén para ellas).

Asimismo, al ser también abierto el proceso de digitalización y recomposición del esqueleto de los personajes, los usuarios del videojuego están habilitados para cambiar la propia apariencia virtual de los personajes (sus *texturas*) y, consecuentemente, convertir, por ejemplo, a los obreros en guardias de seguridad o incluso en mujeres, cambiarle la cara al "ducador", etc. Lo mejor de todo es que este editor cuenta con una base de datos (*stream data base*) donde es posible cargar todas las diferentes modificaciones que se vayan introduciendo y añadirlas a las versiones previas, de modo que el abanico de personajes, situaciones e interacciones con las que se puede jugar se torna más extenso, enriqueciendo y actualizando la *memoria colectiva* de todos los chavales que acceden al "*Bordergames*-Lavapiés" con cada paso que da el protagonista del juego.

Finalmente, otra de las destacables ventajas de este editor de *software* libre es que, pese a que trabaje con imágenes modeladas en tres dimensiones, a la hora de guardarlas las somete a una transformación que aligera enormemente su tamaño, de modo que el archivo completo del videojuego "*Bordergames*-Lavapiés" no ocupa más de 100 MB y puede ser descargado fácilmente de Internet o mediante redes P2P y, además, no requiere a la hora de ejecutarse disponer de un ordenador con una tarjeta gráfica muy sofisticada o con mucha capacidad de memoria: "Lo que realmente nos interesa [...], mucho más que la gente interactúe con el `*Bordergames*´ como un producto final, como un videojuego, es que se pueda ir adaptando a diferentes realidades y se pueda ir transformando"[1051].

1051 Cita extraída del Anexo 1, p. 759.

He aquí, pues, todo un trabajo de *liberación* y apertura de cada uno de los entresijos del diseño de videojuegos mediante el cual la FO y el grupo de educadores y chavales migrantes con los que colaboran cotidianamente (a día de hoy, en cinco ciudades diferentes) reclaman de las gigantescas industrias multimedia que dominan este sector el fértil potencial creativo y educativo que aquellos contienen, siempre manteniéndose *fieles* al estilo *do It Yourself* y *low-tech* que se ha venido destacando a lo largo de este estudio. Al mismo tiempo, la experiencia de "*Bordergames*-Lavapiés" (y de las posteriores versiones que están poniéndose en marcha con niños de diferentes ciudades) entraña igualmente una reivindicación de estas herramientas lúdicas frente a la extendida tendencia a la demonización de los videojuegos y, en cierto modo, el reconocimiento de aquella *deuda de aprendizaje* que, según Jenson y de Castell, se habría contraído con respecto al atractivo que para los jóvenes poseen los juegos comerciales.

La urgencia de estos planteamientos se torna definitiva,además, si se pretende intervenir con un sector tan delicado de la infancia como el que representan hoy los menores migrantes desarraigados de su territorio de origen y de sus familias y empujados a menudo a la clandestinidad de la próspera Europa. En este sentido, concluiré recalcando que el potencial de los videojuegos concebidos como procesos políticos potenciadores de autonomía y situados en escenarios urbanos cotidianos no hemos de calibrarlo tanto en términos técnicos o temáticos, como en lo que Laura Baigorri sintetiza como la "voluntad de apertura y comprensión, de socialización y educación, *que busca cómplices antes que adictos*"[1052].

1052 L. Baigorri, "GAME as CRITIC as ART. 2.0.", en *Catálogo de la 17ª Exposición Audiovisual de la Facultad de Bellas Artes de Bilbao*, Bilbao, diciembre de 2004, pp. 61-67. Consultado en: http://www.interzona.org/baigorri/textos/GAME.htm (última consulta: 5 de noviembre de 2006) (La cursiva es mía).

5.3. El culto *de San Precario*

5.3.1. Orígenes del *culto*

Lo primero que resulta interesante (y curioso) resaltar respecto a los orígenes de este peculiar culto pseudorreligioso que en este trabajo se enmarca dentro de las prácticas de distorsión comunicativa (reconociendo, por cierto, que ello puede implicar la asunción de que la propia Iglesia Católica constituiría una muy particular variante de *industria cultural*[1053]) es que desde el principio su indagación deja en evidencia mi propia condición laboral precaria. No en vano, aunque el culto que he venido siguiendo durante más de dos años tenga su nacimiento oficial en Milán en el año 2004, los primeros vestigios que he podido hallar de esta *canonización* precaria[1054] han procedido precisamente de los testimonios y documentos que otros compañeros más veteranos de la Federación de Jóvenes Investigadores-Precarios (FJI-Precarios) me aportan en cuanto saben que estoy investigando esta cuestión.

Es, pues, de esta manera cómo se ha podido averiguar que ya en el año 2001, y con motivo de la manifestación convocada el 2 de febrero en Madrid por la FJI-Precarios para protestar por la total carencia de derechos de los investigadores en formación, se declara simultáneamente

1053 Sea como fuere, queda fuera de toda discusión en la actualidad su presencia en el escenario mediático de España, con su control sobre televisiones como Popular TV y radios locales y también de ámbito nacional, como la cadena COPE. Baste mencionar para ilustrar dicha presencia mediática eclesiástica la reciente campaña de acoso y derribo que desde la mencionada COPE se realizó a la ley del gobierno socialista sobre el matrimonio homosexual y la posibilidad de adopción para gays y lesbianas, la cual se desarrollo en sintonía perfecta con la condena pública que la cúpula de la Conferencia Episcopal Española realizaba de tal equiparación de derechos civiles y con la convocatoria -y asistencia- por su parte a la manifestación contra ella del 18 de junio de 2005.

1054 Un precedente bastante conocido en toda España de distorsión del santoral oficial de la Iglesia Católica es la adopción de la festividad de San Canuto por los defensores de la legalización de la marihuana, la cual tuvo su origen en un grupo de alumnos de la Universidad de Deusto en 1995.

en todos aquellos centros cuyos becarios no pueden desplazarse hasta la capital madrileña un día de "absentismo becarial" para apoyar desde la distancia la movilización. Dicho día queda, pues, señalado en el calendario de la FJI-Precarios como la festividad del recién canonizado "San Precario", al que se presenta como "Patrono de los Becarios y Mártir de la Investigación" y en honor del cual decenas de becarios cuelgan sus batas en las fachadas de sus centros[1055]. Más de un año después, y en plena festividad de la Semana Santa en Zaragoza, la Asociación de Becarios de Investigación y Jóvenes Investigadores de Aragón (ABIJIA) convoca el día 11 de abril una procesión reivindicativa en la que, vestidos de nazarenos de capirote naranja, recorren las calles de la capital aragonesa en honor a "Nuestra Señora del Atraso Científico e Investigador"[1056] hasta llegar finalmente a la Consejería de Educación de Aragón, por cuyo registro logran pasar una voluminosa cruz naranja que han venido arrastrando durante todo el trayecto.

1057

1055 Ver: http://es.geocities.com/precastur/precarios.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1056 Ver: http://www.unizar.es/becarios/presentacion.htm (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1057 Extraída de: http://www.unizar.es/becarios/fotos/110402/Procesion1.jpg (última

Entrada en la Consejería de Educación de Aragón con la cruz a cuestas[1058]

1059

consulta: 6 de noviembre de 2006).

1058 Extraída de: http://www.unizar.es/becarios/fotos/110402/Procesion2.jpg (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1059 Extraída de: http://www.unizar.es/becarios/fotos/110402/Procesion3.jpg (última

Imagen de la cruz de la precariedad depositada en el Registro de la Consejería de Educación[1060]

Dado el éxito de la marcha, cuya repercusión mediática se ve acompañada por la confirmación de que la Comunidad de Aragón sería una de las primeras de España en adoptar la fórmula 2+2 (dos años de beca y dos de contrato para los investigadores predoctorales, un paso insuficiente pero que abría el camino para la reivindicación central de la FJI-Precarios, "ningún investigador sin contrato"), ese mismo año la manifestación de la Federación en Madrid incorpora la escenografía cofrade a sus protestas. De este modo, Nuestra Señora del Atraso Científico e Investigador, arropada por su legión de nazarenos de

consulta: 6 de noviembre de 2006).

1060 Extraída de: http://www.unizar.es/becarios/fotos/110402/Procesion4.jpg (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

capirote naranja, encabeza el 25 de octubre de 2002 la manifestación de tres mil becarios de investigación que pasan por los Ministerios de Educación y de Ciencia y Tecnología para reclamar sus derechos laborales al grito de "Investigar es trabajar".

Nuestra Señora del Atraso Científico e Investigador encabeza la *procesión precaria* en Madrid[1061]

1061 Fotografía proporcionada por mi compañera de Precarios-Málaga Maria José Serván Núñez.

Nuestra Señora del Atraso Científico e Investigador atiende las *súplicas* de una joven investigadora sin contrato[1062]

He aquí, pues, los orígenes que, de este curioso *culto*, he podido hallar en mi propio entorno inmediato. Ahora bien, este tipo de prácticas no llegan a cuajar totalmente en el seno de la FJI-Precarios, que simplemente se sirve de ellas para esta ocasión siguiendo el ejemplo puntual de ABIJIA, pero que en las siguientes movilizaciones adopta otro tipo de formas de presentación y protesta (disfrazándose de carnavales, pedigüeños, vendedores del *top-manta científico*, etc.). Así pues, habrá que esperar casi dos años para que a finales de febrero de 2004 las páginas *web* informativas Global Project e Indymedia-Italia comiencen a hacerse eco de la inminente *canonización* del que se presentado como el patrón de todos los precarios: migrantes, estudiantes, investigadores, amas de casa, trabajadores intermitentes, subcontratados, etc.

El artífice decisivo de este proceso de *santificación* es el

1062 Fotografía proporcionada por mi compañera de Precarios-Málaga Maria José Serván Núñez.

colectivo milanés *Chainworkers*[1063], que desde 1999 viene realizando una importante labor de autoorganización y lucha precisamente entre el tipo de sujetos y trabajadores mencionados y, de este modo, ha sido capaz de convocar desde 2001 en Milán un desfile alternativo en la tarde del 1º de Mayo que logra rebasar ampliamente (en asistencia, en diversidad y en repercusión) a aquel que los sindicatos oficiales realizan por la mañana. Este desfile, al que acuden precarios de toda Italia e incluso de otros puntos de Europa, es bautizado como "*May day Parade*". Así pues, desde la página *web* de *Chainworkers*, y a través de distintos sitios de información independiente, comienza a anunciarse el nacimiento de este santo para el domingo 29 de febrero y, entre tanto, ya el día 23 *Chainworkers* publica la estampa oficial de San Precario, así como el texto de la oración en su honor "para recitarlo mañana y tarde"[1064].

Estampa de San Precario[1065]

1063 Ver: http://www.chainworkers.org (última consulta: 6 de noviembre de 2006).
Para más información (en castellano) acerca de la trayectoria de este colectivo, resulta muy recomendable su artículo de 2001 "Chainworkers.org. Un proyecto de activismo mediático". Consultado en:
http://www.sindominio.net/afe/dos_mediactivismo/CHW0.pdf (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1064 Ver: http://italy.indymedia.org/news/2004/02/487286.php (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1065 Extraída de: *Idem*.

Sólo tres días después, el 26 de febrero, *Chainworkers* continúa su labor *profética* publicando en Internet la *hagiografía* de San Precario, la cual, según ellos, aparecería en el libro "*Leggenda Aurea*", escrito "en el siglo XXII". El relato disparatado de las andanzas de este "santo" está plagado de divertidas anécdotas relacionadas con la precariedad de la vida cotidiana, de alusiones burlescas a la iconografía religiosa ("En el arte religioso moderno San Precario es a menudo representado con el uniforme de un supermercado o de un restaurante de *fast food*. Su atributo más característico es el contrato de trabajo que lleva siempre en la mano"[1066]), así como de irónicas referencias a la vida pública italiana, al imperio mediático de Silvio Berlusconi, etc.

Finalmente llega el domingo 29, el día señalado para la primera aparición del *santo*. Todo comienza cuando una decena de colaboradores del colectivo *Chainworkers* se introduce discretamente y por separado en un supermercado Coop de Milán y comienza a dar vueltas por él, fingiendo hacer la compra. Varios de ellos llevan cámaras fotográficas y de video para grabar todo el transcurso de la acción y poder después difundirlo a través de Internet, en revistas, videos, etc. Mientras, por las calles de Milán se manifiesta un centenar de personas en un desfile procesional encabezado por un *trono* sobre el cual se asienta un muñeco vestido con gorra y uniforme blancos, con un *aura* dorada prendida sobre su cabeza y sosteniendo en su mano izquierda un paquete de patatas fritas del McDonald´s. Ambos grupos tienen previsto confluir en el Coop y, así, cuando la *procesión* de San Precario se aproxima ya al supermercado, los jóvenes que ya se hallan en su interior se reúnen en torno a las cajas y, sacando sus estampas del santo, comienzan a recitar en voz alta su oración: "*Oh, San Precario, Protettore di noi, precari della terra. Dacci oggi la maternità pagata. Proteggi i dipendenti delle catene commerciali...*" ("Oh, San Precario, Protector nuestro, de los precarios de la tierra. Danos hoy la baja por maternidad. Protege a los dependientes de las cadenas comerciales..."). En ese momento, llegan fotógrafos de prensa y reporteros de la televisión para tomar imágenes de

1066 Chainworkers, "Vita d San Precario! Un breve testo apocrifo sulla vita del santo", en Global Project, 26 de febrero de 2004, http://www.globalproject.info/art-236.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

la protesta.

Devotas de San Precario leyendo su oración frente a las cajas del supermercado[1067]

Procesión de San Precario llegando al Coop[1068]

1067 Fotograma extraído del video "San Precario va alla Coop", producido por NGV Visión. Disponible en: http://www.ngvision.org/mediabase/301 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1068 *Idem.*

Un momento después, alguien entra en el supermercado clamando eufórico: "*Arriva il santo*!" ("¡Llega el santo!") y, detras de él, aparece el amplio cortejo que acompaña al *trono* de San Precario, el cual es introducido por las puertas del Coop ante la mirada atónita de clientes, empleadas de las cajas y del propio director del establecimiento. Hecho esto, los miembros de *Chainworkers* se unen todos en su *rezo* mientras pasean por los pasillos del centro comercial a su patrón, al cual le *ofrendan* los más variados productos disponibles en las estanterías. Mientras tanto, uno de los portavoces del grupo acude a dialogar con el director del supermercado, explicándole que se trata de una intervención simbólica que pretende denunciar la precariedad laboral en la que trabajan los empleados de los supermercados y, especialmente, el agravamiento de esta derivado por su apertura también en el tradicional día de descanso, el domingo.

Tras unos minutos, la *procesión* sale del supermercado, dejando sin pagar todos los productos que se han colgado del *trono* de San Precario, y concluye su itinerario bloqueando temporalmente la puerta de entrada al Coop, al tiempo que reparten folletos explicativos entre los clientes y les aclaran la justificación de su protesta por el sacrificio del día de descanso obligatorio de los domingos. Los *Chainworkers* acaban de provocar en Milán la primera aparición de San Precario, el cual, al haber nacido el 29 de febrero, no celebrará su festividad hasta el siguiente año bisiesto, simbolizando de este modo a la perfección lo que significa ser un *santo intermitente*.

Manifestantes disfrazados de cardenal y de monja entran en el Coop[1069]

El *trono* de San Precario atraviesa las puertas automáticas del supermercado[1070]

1069 *Idem.*
1070 *Idem.*

San Precario por los pasillos del Coop[1071]

San Precario por los pasillos del Coop[1072]

1071 *Idem.*
1072 *Idem.*

La chica disfrazada de monja coloca una flor al muñeco del santo[1073]

1073 *Idem.*

5.3.2. Difusión del *culto*

Tanto la labor publicitaria emprendida (eminentemente a través de Internet) por *Chainworkers* para construir el advenimiento de esta figura mítica, como, sobre todo, su primera manifestación en Milán, desencadenan en poco tiempo una expansión de este *credo* entre los movimientos sociales, colectivos de trabajadores y demás sujetos que luchan cotidianamente contra la precariedad en Italia, dando lugar a una escalada de eventos que se articula en torno a lo que se denomina el "proceso *May Day*". De este modo, además de desarrollarse una multitudinaria manifestación el 1º de mayo de ese año en Milán, a la que asisten casi cien mil personas (a la que se suma el desfile *May Day* que es *importado* ese año a Barcelona), comienzan a reproducirse por toda Italia este tipo de *procesiones piqueteras* en las que dichos colectivos se sirven irónicamente de la pompa y el ceremonial religiosos para ejecutar una *acción directa* que escenifica muy expresivamente diversos conflictos en torno a la precariedad e interviene en ellos.

Esta difusión amplia y detallada de la *aparición* de San Precario en el supermercado Coop de Milán propicia que pronto surjan colectivos que también desean que esta figura *ahuyente* la precariedad de los centros comerciales de sus ciudades. Así, el viernes 25 de junio de ese mismo año centenares de estudiantes, desocupados y trabajadores precarios agrupados en torno a la "Red-Campaña por la Renta Social y los Derechos" entran en un hipermercado *Carrefour* de Casoria y, esgrimiendo estampas de San Precario y rezando su oración, bloquean todas las cajas de cobro del establecimiento. Su demanda es simple y es bien acogida por un amplio sector de la clientela, que la apoya con cánticos y palmas: En nombre de San Precario exigen que a todos los clientes presentes en el hipermercado se les aplique un descuento del 50 % en los productos alimenticios de primera necesidad que vayan a adquirir. La dirección se niega rotundamente y trata de persuadirlos para que abandonen el lugar, pero la persistencia y el amplio número de manifestantes, y el apoyo creciente que reciben por parte del resto de compradores, no permiten un desalojo forzoso. Las imágenes grabadas por algunos de los presentes en este piquete ilustran muy bien el grado

de crispación que existe en el ambiente durante las tres horas de negociación con los gerentes del Carrefour, así como el apoyo creciente de una parte de los clientes, que vitorean a los manifestantes y secundan sus demandas[1074]. Finalmente, la Red-Campaña renuncia a su demanda inicial y abandona el bloqueo, no sin antes haber conseguido que les cedan cuatrocientos kilos de pasta y quinientos litros de salsa de tomate, los cuales son repartidos a continuación en la misma puerta del *Carrefour* ante la sorpresa y agradecimiento de los viandantes.

Un niño espera subido encima de una caja vacía[1075]

1074 Ver: "San Precario va a far la spesa", producido por NGV Visión. Disponible en: http://www.ngvision.org/mediabase/337 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).
1075 Extraída de: *Idem*.

Reparto de la pasta y el tomate[1076]

Unos meses más tarde, concretamente el 6 de noviembre de 2004, San Precario saltará a las portadas de todos los informativos nacionales con motivo de la primera jornada italiana por los derechos sociales y contra la precariedad. En esta ocasión el escenario de la aparición del *santo* será la capital italiana, Roma, donde se reúnen sus *devotos* para un encuentro de reflexión y propuesta, pero sobre todo de manifestación que incluirá, en palabras de los propios organizadores, "*shop surfing metropolitano e street parade per il reddito*"[1077]. La traducción de esto no nos ha de resultar extraña en este punto: La mañana de aquel día decenas de miles de personas provenientes de toda Italia marchan por las calles romanas, trasladando en uno de sus camiones la figura de San Precario, en honor del cual se llevará a cabo lo que se bautiza como el rito de "*l'Immacolata Ri/appropriazione*".

Durante el transcurso de esta marcha, así, varios cientos de

1076 Extraída de: *Idem*.

1077 C. Antonini, "San Precario arriva sotto al Cupolone. Domani a Roma una giornata per i diritti", en *Liberazione*, 5 de noviembre de 2004. Consultado en: http://liberazione04.rifondazione.co.uk/Notizie04/NM2217.htm (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

manifestantes cumplen lo que habían anunciado en días anteriores y realizan piquetes tanto en la céntrica librería Feltrinelli como sobre todo en un hipermercado Panorama, donde protestan contra "*il carovita*" ("el coste de la vida") y la precariedad, exigiendo descuentos en un panel de productos de primera necesidad que resumen en la demanda de "*sapere e sapori*"[1078] ("saberes y sabores", esto es, cultura -libros, revistas, música- y alimentos de primera necesidad). Y, si bien algunos de ellos se desmarcan por completo de las reivindicaciones originales y, alejados de las cámaras y de los *flashes*, aprovechan para sacar de las tiendas todo lo que pueden, la mayoría permanecerá fiel a los principios impulsores de la jornada y, así, permanece en el hipermercado Panorama hasta que consiguen que todos los clientes accedan a un 70 % de descuento en sus compras de alimentos básicos.

Una vez más, todo el transcurso de la intervención es grabado con múltiples cámaras de video y difundido inmediatamente a través de Internet[1079], apareciendo todos sus participantes en dichos videos con el rostro plenamente descubierto y profiriendo consignas contra la precariedad y a favor de los derechos sociales y la renta de ciudadanía. Junto a ello, la negociación con los directores del Panorama y la consecución del descuento generalizado se produce ante la atenta mirada de la propia policía, apostada a la salida del hipermercado. Pese a todo, pocos meses después se desencadena un macroproceso judicial por cargos de robo con agravantes (que permanece aún hoy abierto) contra ciento cinco de estos *fieles* de San Precario, entre los cuales hay estudiantes, parados, sindicalistas, periodistas, profesores e investigadores universitarios e incluso un concejal romano de *Rifondazione Comunista*, partido que en todo momento respalda la manifestación y que solicitará posteriormente una amnistía general. Sea como fuere, pocos italianos ignoran a partir de ese día la existencia de un movimiento social que se consagra a un *patrón* tan especial como San Precario.

1078 *Idem.*

1079 El video del piquete en el hipermercado Panorama puede consultarse en: http://www.globalproject.info/IMG/wmv/6_precariox220k.wmv (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

Bloqueo de las cajas del hipermercado Panorama[1080]

San Precario trasladado encima de un camión por las calles de Roma[1081]

1080 Imagen extraída de: http://www.globalproject.info/IMG/jpg/MVC-021S.jpg (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1081 Imagen extraída de: http://www.globalproject.info/IMG/jpg/019.jpg (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

Casi dos años después de esta multitudinaria manifestación en honor a San Precario en plena capital italiana, esta "Inmaculada Re/apropiación" (también llamada "*shop surfing metropolitano*") llega a Sevilla el 29 de abril de 2006, en vísperas del desfile del *1º de Mayo precario* que se va a celebrar dos días después por las calles de la capital hispalense (una de las muchas ciudades europeas a las que se ha extendido desde Milán lo que ahora se denomina *Euromayday*). El emplazamiento elegido es un supermercado Plus del centro de Sevilla, cadena que mantiene abierto un grave conflicto laboral con Fátima Fernández, trabajadora a la que despidió de forma improcedente en octubre de 2005 tras conocer la sentencia judicial que obligaba a respetar los derechos laborales de la cajera, que había exigido un turno fijo para poder cuidar de su recién nacida. A él acuden unos cien jóvenes precarios, *iluminados* por la que representa la *traducción libre* sevillana de San Precario, Nuestra Señora de la Precariedad, una *virgen* que se presenta como tal a los clientes y les explica pormenorizadamente los motivos del bloqueo a se que someten todas las cajas del establecimiento. Entre los cánticos reivindicativos, las entrevistas en video a las señoras que se hallan en la caja (y que se muestran casi unánimemente indignadas por el despido de Fátima y solidarias con la protesta) y los rezos colectivos de la oración de Nuestra Señora de la Precariedad, algunos de estos jóvenes negocian con las cajeras la salida de dos carros de la compra llenos de productos alimenticios de primera necesidad, así como uno íntegramente repleto de productos de cuidado infantil para las madres precarias. Una vez informada toda la clientela de las condiciones en que ha sido despedida Fátima Fernández y conseguido asimismo el simbólico *botín*, en el exterior del supermercado los jóvenes precarios siguen recibiendo las muestras de apoyo de clientes y vecinos, que sólo se muestran un poco atónitos ante el nombre de esa nueva virgen sevillana, de la que alguien asevera no haber escuchado hablar antes[1082].

1082 Declaraciones recogidas en el video de la *aparición* de Nuestra Señora de la Precariedad, disponible en Indymedia Estrecho hasta fechas recientes, pero actualmente no accesible a través de Internet.

"Nuestra Señora de la Precariedad" se dirige a los clientes del Plus[1083]

La comitiva de "Nuestra Señora de la Precariedad" bloquea las cajas[1084]

1083 Imagen extraída de: http://estrecho.indymedia.org/newswire/display_any/23239 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).
1084 *Idem.*

Una clienta del Plus, con el panfleto de la intervención en su mano[1085]

Ahora bien, tales figuras pseudodivinas no sólo van a ser invocadas para llevar a cabo estas nuevas luchas *piqueteras* en las *plazas fuertes* urbanas que constituyen los centros comerciales, sino que a ella se van a consagrar una gran pluralidad de intervenciones de distinta índole, entre las cuales se destacarán tres fundamentalmente. La primera es la que realizan el 5 de julio de 2004 una red de colectivos del litoral de Bagnoli para protestar contra la privatización de las playas (!) que se viene extendiendo por toda la costa italiana y que el ayuntamiento de esta localidad amenaza con aplicar inminentemente a sus playas. En pleno ambiente veraniego, con las playas de Bagnoli repletas de de niños y adultos que juegan, toman el sol y se bañan en los espacios privatizados, estos colectivos locales se proponen que San Precario *se aparezca* en uno de los últimos reductos de playa *libre* que queda en la zona para denunciar su inminente conversión en playa *de pago*, de acuerdo con las intenciones expuestas por el consistorio

De esta forma, a la manifestación convocada ese día en el centro de la ciudad acuden más de un centenar de personas que, portando

1085 *Idem.*

bañador, toalla y colchonetas (además de las pancartas), se encaminan hacia el mar y entran sin pagar en el área de la playa privatizada, ante el estupor de los cientos de personas que se encuentran en ella. Los gerentes de este coto del litoral italiano tratan de echarlos de allí, pero los manifestantes se acercan a la orilla y permanecen inmóviles en ella, a la espera de que se produzca el *milagro* que había sido anunciado en los folletos de la movilización. Por fin, unos minutos más tarde, una barca aparece a lo lejos. Sobre ella se puede contemplar un muñeco representando a San Precario, el cual se acerca a la orilla arropado por dos remeros y otra persona que, megáfono en mano, anuncia a los miles de bañistas que se agolpan junto a los manifestantes la aparición del *patrón* de los precarios.

La apoteosis se produce cuando la pequeña lancha arriba a la orilla y numerosos activistas se abalanzan sobre ella para transportar al *santo* hasta el *trono* que le espera en la arena. Al contemplar, gracias al video que de nuevo nos proporciona la productora NGV, el entusiasmo de los manifestantes y la reacción cómplice de algunos bañistas ante el desembarco de San Precario (símbolo de la reivindicación de libre acceso a las playas y al mar para todos), resulta muy difícil no asimilar estas imágenes a la emoción que todavía hoy rodea en algunas zonas pesqueras de Málaga la procesión del día de la Virgen del Carmen del 16 de julio, que concluye tradicionalmente con su embarcación en una jábega adornada con flores para realizar un pequeño recorrido marítimo. De nuevo, una sutil *distorsión* de la iconografía y la puesta en escena religiosa logra conectar reivindicaciones muy terrenales (propias, de hecho, de la tan traída y llevada hoy *ordenación del territorio*) con el imaginario y los referentes culturales populares.

La figura de San Precario encima de la barca[1086]

Desembarco de San Precario[1087]

1086 Fotograma extraído del video "San Precario on the beach", producido por NGV Visión. Disponible en: http://www.ngvision.org/mediabase/342 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1087 *Idem.*

1088

La segunda de las intervenciones que estimo digna de mención en este trabajo surge precisamente en Milán, la ciudad donde se gestó la *canonización* de este patrón de los precarios y donde se produjo su primera aparición. En esta ocasión los que *toman prestado* a San Precario para sus propósitos no son otros que los trabajadores del Teatro alla Scala, los cuales desde finales de 2004 convocan una serie de protestas contra la Dirección del recinto cultural, al considerar que esta viene promoviendo una gestión poco transparente que privilegia la precarización de sus condiciones laborales, así como la consideración de este espacio artístico como "una máquina para el negocio [...] y para el consenso forzoso"[1089], y todo ello pese a estar mayoritariamente financiado con fondos públicos.

De este modo, unos setecientos trabajadores del teatro (desde músicos a tramoyistas) inician en diciembre de 2004 una serie de paros y concentraciones a la puerta del recinto (coincidentes con la celebración

1088 *Idem.*

1089 Corriere della Sera, "Alla Scala va in scena la protesta", en *Corriere della Sera*, 22 de febrero de 2005. Consultado en: http://www.corriere.it/Primo_Piano/Cronache/2005/02_Febbraio/22/scala.shtml (última consulta: 6 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

de actos destacados en su interior), para los cuales construyen su propia imagen de San Precario y la portan consigo. A medida que sus reivindicaciones alcanzan publicidad, muchos ciudadanos milaneses se suman a las multitudinarias asambleas que llevan a cabo en el interior de la Scala para discutir el desarrollo de la huelga planificada para todos los estrenos de la temporada de ópera (y de algunas otras obras), huelga que provocará numerosas dificultades y cancelaciones en la programación del teatro. Como puede observarse en las imágenes insertas a continuación, la figura de San Precario tampoco abandona a estos trabajadores del ámbito de la cultura que, entre otras cosas, acaban logrando la renuncia del director artístico de La Scala, Ricardo Muti, tras diecinueve años en el cargo[1090].

Imagen de la asamblea de trabajadores del teatro del 22 de febrero de 2005[1091]

1090 El País, "Riccardo Muti presenta su dimisión como director artístico de La Scala de Milán", en *El País*, 2 de abril de 2005. Consultado en: http://www.elpais.es/articulo/cultura/Riccardo/Muti/presenta/dimision/director/artistico/Scala/Milan/elpporcul/20050402elpepucul_1/Tes (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1091 Imagen extraída de: Corriere della Sera, "Alla Scala va in scena la protesta".

San Precario preside la asamblea desde uno de los palcos de La Scala[1092]

Por último, otra de las acciones directas que comienzan a realizarse aprovechando el *amparo* de este patrón de la precariedad son lo que se ha dado en denominar las *cenas San Precario*, en las cuales un conjunto de personas protestan contra un determinado restaurante mediante la degustación de opíparas comidas que, tras la correspondiente reivindicación pública, se dejan sin pagar. Una de las primeras experiencias de esta degustación gratuita de una cena se realiza el 11 de noviembre de 2004 y escoge como víctima el Harry´s Bar de Venecia, por ser este el restaurante que se ha ofrecido para alimentar a los políticos que desde el día 12 hasta el 16 se reúnen en el Lido veneciano con motivo de la quincuagésima cumbre de la OTAN. De este modo, una decena de jóvenes reserva con antelación una mesa junto al canal y piden sin ningún recato una lujosa cena, al final de la cual, uno por uno,

1092 *Idem.*

abandonan el local dejando tras de sí una nota reivindicativa titulada "*Oggi paga la NATO (o Galan)*" ("Hoy paga la OTAN -o Galan- [refiriéndose a Giancarlo Galan, gobernador regional de Forza Italia artífice de la celebración de dicha cumbre en Venecia]")[1093].

Esta protesta se repetirá sólo dos semanas después, y con idéntica motivación. En efecto, el 30 de noviembre cincuenta personas (incluyendo ancianos y niños) se reúnen en el restaurante Da Celeste de Treviso, que también había sido contratado para proporcionar el *catering* de la cumbre de la OTAN de noviembre, y se vengan de esta circunstancia celebrando una cena *familiar* gratuita en honor de San Precario (incluyendo un brindis con champán junto al dueño del restaurante). Al final de la noche, y con una cuenta pendiente de 2000 euros, los cincuenta comensales se ponen en pie y denuncian la *colaboración* del restaurante con la citada cumbre, anunciando que se marchan sin pagar. La nota que dejan en la mesa y que envían a los medios repite la consigna "Hoy paga la OTAN (o Galan)", añadiendo además una coletilla dirigida al dueño del establecimiento: "Considere esto un daño colateral [de la cumbre de la OTAN], como dice Bush cuando mueren niños durante sus bombardeos"[1094]. Cuando Giancarlo Galan declara públicamente estar harto de la "gentuza" que realiza estos actos y exige que "se les aplique el código penal", un portavoz de los *devotos* de San Precario replica: "el gran civismo de San Precario también queda demostrado con esto: la voluntad de ser diferente de estos depredadores que se alimentan de la guerra, la miseria y la destrucción"[1095].

Tres semanas más tarde, el martes 21 de diciembre de 2004, se produce la primera *aparición* pública en España de la figura *canonizada*

1093 El texto completo de la nota está disponible en: http://www.socialpress.it/article.php3?id_article=666 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1094 E. Milanesi, "Cena con fuga en Veneto. Protagonista San Precario", en *Il Manifesto*, 2 de diciembre de 2004. Consultado en: http://www.ilmanifesto.it/g8/dopogenova/41af4302570be.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

1095 *Idem.*

en Italia casi diez meses antes, y ello con el mismo fervor y la misma controversia que ella había causado ya en el país transalpino, con el que comparte una prolongada tradición de catolicismo y culto santoral. Y lo hace en Málaga, emulando estas *cenas con fuga* en protesta contra la cumbre de la OTAN, si bien con un propósito completamente distinto. Este tiene que ver más bien con uno de los sectores claves de la economía de servicios malagueña, la hostelería y, más concretamente, con las condiciones de precariedad laboral imperantes en él.

Todo parte de dos camareras que acaban de despedirse del céntrico restaurante "Clandestino", donde, según su testimonio (recogido en el panfleto preparado para la intervención[1096]), venían trabajando sin contrato, por un salario de menos de cinco euros a la hora (del cual, además, se les comienza a descontar un euro por haber llegado diez minutos tarde a trabajar algún día) y sufriendo habituales cortes y quemaduras por carecer de medios y de formación en riesgos laborales. Muy dolidas con la situación por la que han pasado, deciden *tomarse la revancha* y, tras ponerse en contacto con el colectivo malagueño Entránsito (que agrupa a jóvenes que investigan y luchan sobre, y en contra de, la precariedad), se resuelve colectivamente que la forma más idónea de llamar la atención pública sobre estas irregularidades laborales y de "cobrarse" aquello que se les ha negado es organizando una gran cena en honor a San Precario.

De esta forma, aprovechando la antesala de la Navidad y su consiguiente proliferación de comidas de empresa multitudinarias, se dan cita el martes 21 de diciembre de 2004 en la céntrica calle Niño de Guevara (donde se ubica el mencionado restaurante) unas treinta personas perfectamente acicaladas y dispuestas a celebrar por todo lo alto la *llegada* de un santo al que poder *encomendarse* en estos casos. Manteniendo en todo momento la discreción y el respeto por los camareros que les sirven, estos jóvenes no tienen reparo por una noche en pedir lo mejor del menú, regándolo con vino argentino y culminando su cena con un exquisito postre y un eufórico brindis. A la hora de pagar,

1096 Ver: http://estrecho.indymedia.org/newswire/display/11449/index.php (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

no obstante, cesa el jolgorio y comienza la culminación reivindicativa de la noche: Mientras el resto comienza a repartir entre los asombrados clientes los folletos preparados para la ocasión, uno de ellos se encarama a la mesa y, tras pedir un aplauso para los cocineros y camareros, lanza una diatriba contra la precariedad en la hostelería y señala concretamente al "Clandestino" como un lugar donde se explota a los trabajadores y se les niegan sus derechos laborales fundamentales. Mientras habla no son pocos los clientes (y algunos de los trabajadores) que sonríen y se muestran de acuerdo con la protesta. Finalmente, este improvisado portavoz lanza vivas a San Precario y anuncia que, por todo lo anterior, su mesa se marcha sin pagar los setecientos euros a que asciende su cuenta (si bien dejan una *propina* de sesenta y cinco euros para los camareros), invitando al resto de clientes a imitarlos.

> Este establecimiento contribuye de un modo directo a que nosotr@s, los jóvenes que necesitamos VIVIR, los que necesitamos las pelas, tengamos que soportar una situación indigna por precaria. Deben saber que algunos de los que estamos aquí hemos trabajado en este establecimiento y que hemos vivido situaciones como éstas [se detallan a continuación los extremos ya explicados]. Venimos en nombre de los que han trabajado aquí y nos cobramos lo que nos deben porque ESTAMOS INDEFENSOS, ESTAMOS HARTOS, NO NOS CONFORMAMOS Y VAMOS A DEFENDER NUESTROS DERECHOS. También queremos dar una señal al conjunto de los propietarios de restaurantes, bares, cafeterías, teterías y establecimientos comerciales. Sabemos que están explotando a los trabajadores, que no cumplen el convenio colectivo, que no tienen en cuenta los derechos que nos corresponden. Nos encargaremos de denunciar y realizar acciones en los establecimientos que incumplan el convenio colectivo.[1097]

1097 Texto del panfleto preparado por Entránsito y las dos camareras afectadas y repartido en el restaurante esa noche. Extraído de: http://estrecho.indymedia.org/newswire/display/11449/index.php (última consulta: 6 de noviembre de 2006)

Imagen del panfleto preparado para la Cena San Precario[1098]

Pese a que la premura de los preparativos no había dado lugar a avisar a la prensa de esta *aparición*, esa noche trae aparejada otro *milagro*: Una de las mencionadas mesas está ocupada por un grupo de redactores y periodistas de la prensa malagueña que, impactados por lo acaecido, no tardan ni un día en hacerse eco en sus diarios de este suceso . De este modo, a partir del miércoles 22 aparecen amplias noticias al respecto en el Sur, La Opinión de Málaga, Málaga Hoy, ABC, además de en Radio Nacional, Canal Sur Radio, etc. Y si bien la cobertura inicial

1098 *Idem.*

de los hechos es francamente desfavorable con respecto a los jóvenes precarios, poco a poco emerge con fuerza la cuestión de fondo de la precariedad extendida en el sector de la hostelería y el propio jefe del "Clandestino" es inquirido acerca de las condiciones en las que trabajan sus empleados. Incluso el programa de Canal Sur, "Andalucía Directo", pasado el *escándalo* inicial, se pasea la tarde del 23 de diciembre de 2004 por varios restaurantes y bares malagueños interrogando a sus dueños sobre si creen que a ellos podría *visitarlos* San Precario, con lo cual queda sobre la mesa el problema principal que propició esta primera *aparición*[1099]. Pasado un tiempo, la noticia seguirá atrayendo la atención de distintos medios de comunicación hasta el punto de que incluso el editorial del diario mexicano *La Jornada* del 14 de junio de 2005 reseña ampliamente esta cena de San Precario en Málaga[1100].

1099 A raíz de la intervención, y de la amplia cobertura de la noticia en Indymedia Estrecho, la empresa dueña del "Clandestino", Hichame, publicó el 3 de enero de 2005 en ese mismo *weblog* una carta de protesta contra los comensales que se marcharon sin pagar, la cual venía suscrita por diecinueve empleados (la gran mayoría, según parece). En ella se afirmaba tajantemente que "No nos sentimos explotados, ni siquiera nos han preguntado" y que "el establecimiento donde trabajamos es fruto del esfuerzo de casi unos cinco años, hoy da trabajo a más de veinte personas. Queremos expresar que de ninguna manera nos sentimos representados por esta `organización´ y que queremos seguir sintiéndonos dignos de lo que hacemos". Ver:
http://estrecho.indymedia.org/newswire/display/11449/index.php (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1100 L. Hernández Navarro, "El milagroso San Precario", en *La Jornada*, 14 de junio de 2005. Consultado en: http://www.jornada.unam.mx/2005/06/14/021a1pol.php (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

5.3.3. Serpica Naro: San Precario se luce en la Pasarela de Milán

Después de esta primera etapa tan intensa en la vida de San Precario, y previendo que se acerca ya la conmemoración de su primer año de existencia, el colectivo *Chainworkers* de Milán, que propició el nacimiento de este conflictivo *culto*, se propone rendirle un homenaje que esté a la altura de la repercusión pública que aquel se ha granjeado en tan corto espacio de tiempo. Es de este modo cómo surge el *alter ego* femenino del patrón de los precarios en la figura mítica de Serpica Naro (nombre que, siguiendo el estilo de los *hackers*, consiste en un anagrama con las letras de San Precario), una *joven diseñadora* que, viviendo a caballo entre Londres y Tokio y tras haber triunfado en el mercado asiático de la moda, se propondría mostrar sus últimas creaciones en la célebre *Settimana della Moda* milanesa:

> ¿Qué representa para nosotros, para la ciudad y para su sistema económico/administrativo la Semana de la Moda? ¿Cómo crear una contestación a este evento que sepa incidir al mismo tiempo en todas las temáticas para nosotros fundamentales de modo que una acción, o varias, provoquen el efecto deseado? [...] Para nosotros el sentido de la Semana de la Moda es completamente similar al de un centro comercial: se trata de una avanzadilla ideológica (*un avamposto ideologico*). Es una estructura formal, la red logística mediante la cual se propaga y se favorece una organización social fundada sobre el consumo futil y reiterado, sobre imaginarios funcionales a valores como la competencia, la atomización del individuo, lo superfluo y un control difuso [...]. El problema, pues, es el centro comercial en sí mismo, y no la mercancía que contiene, y espectacularmente la Semana de la Moda en sí misma, y no los vestidos que presenta.[1101]

1101 Fragmento extraído del texto en .pdf titulado "Operazioness_web", disponible en la página *web* de Serpica Naro: http://www.serpicanaro.com (última consulta: 6 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

Es así cómo los *Chainworkers*, que llevaban unos años deseando *participar* en dicha Semana pero no habían encontrado aún su oportunidad, se proponen *colarse* en la cita de 2005. Y ello teniendo muy claro que en esta ocasión no se trata de apuntar hacia las mercancías allí expuestas, sino hacia la construcción de todo un evento que sacuda la dinámica de esta feria y permita *distorsionarla* para promover cuatro cuestiones esenciales desde la perspectiva de la precariedad: Que es posible una producción autónoma de sentido y de imaginario por parte de los trabajadores precarios mediante la reapropiación y creación de saberes; que dicha producción, frente a la atomización y la competencia, se puede fundar sobre prácticas de cooperación y compartición; que igualmente es posible la organización y agitación dentro de la industria de la moda si se aprovecha la complicidad de muchos de los que trabajan cotidianamente en ella (complicidad motivada por el descontento hacia la ideología y las condiciones laborales que imperan en este tipo de *shows*) y las diversas *filtraciones* que pueden aportar; y que, finalmente, todos estos puntos pueden confluir en la producción de un evento público que altere el normal funcionamiento de la Semana de la Moda.

Así pues, los activistas de *Chainworkers* dejan de lado el escasamente imaginativo y muy previsible sabotaje de los desfiles y se proponen recoger y articular toda la desafección provocada por la precariedad oculta bajo el *glamour* y el espectáculo mediático de este tipo de citas. Ahora bien, tal tipo de acción resultaría enormemente limitada si no contemplara al mismo tiempo el rico potencial existente en la creatividad y los conocimientos de diseño que poseen todas estas figuras precarizadas del mundo de la moda. De este modo, no se trata sólo de poner en evidencia la Semana de la Moda, sino de crear una *metamarca* que permita que dichas figuras, habitualmente aisladas entre sí, tramen redes abiertas de intercambio y compartición de saberes, competencias laborales e ideas, propiciando en el mundo del diseño algo similar a lo que los *hackers* habían desencadenado en el ámbito del *software* con la liberación de sus programas. "Riendo, nos hemos preguntado si esta invención podría convertirse en un *l(u)ogo* [juego de palabras entre "*luogo*" -"lugar" en italiano- y "*logo*"] para redes de

autoproducción textil y de imaginario de contraposición a la moda"[1102].

En este sentido, los *devotos* milaneses de San Precario informan de su proyecto al colectivo barcelonés Yomango[1103], que lleva años impulsando lo que denominan "*softwear* libre" mediante la realización de talleres de "costura de código abierto" en los que aquellos que *mangan* en tiendas y supermercados se intercambian ideas para preparar su ropa y complementos con numerosos bolsillos camuflados donde poder guardar su *botín*; y a los activistas londinenses del centro cultural okupado Rampart que impulsan un diseño de ropa "sostenible" basado en materiales reciclados y que celebran en la capital inglesa la denominada *Conscious Fashion Week*[1104].

Una vez definidos el sentido y los objetivos de la intervención, y contando con la complicidad tanto de trabajadores del sector de la moda (y, en particular, de algunos contactos cruciales *dentro de la propia organización* de la Semana de la Moda) como de los colectivos sociales que se dedican cotidianamente al diseño de ropa libre al margen de los dictados de la industria, a alguien se le ocurre la transformación del nombre de San Precario en el misterioso anagrama de Serpica Naro. Convencidos del atractivo como marca de dicho nombre, se lanzan a construir el personaje de una joven y sofisticada diseñadora de moda anglonipona que hará las delicias de la *Camera della Moda* (institución organizadora de la *Settimana*) y de los medios de comunicación, teniendo en cuenta el ansia de estos por encontrar y explotar nuevos filones de exotismo susceptibles de *domesticación* y *mercantilización*. El objetivo concreto, dejando de lado la inalcanzable pasarela principal (reservada exclusivamente para un puñado de marcas consagradas), es la inclusión de Naro entre las cien marcas que concurrirán al circuito oficial "*Milano Moda Donna*", el escaparate mundial más importante del *prêt-à-porter* femenino después del de París.

1102 *Idem.*
1103 Ver: http://www.yomango.net (última consulta: 6 de noviembre de 2006).
1104 Ver: http://rampart.omweb.org/modules/news (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

He aquí, pues, que a poco de que comience el evento los *Chainworkers* y el resto de trabajadores de la moda se ponen manos a la obra sobre la base de las filtraciones de sus colegas de la *Settimana*. Así averiguarán los requisitos de la comisión de selección de la *Camera della Moda* para la presentación de una diseñadora nueva en su circuito, lanzándose a cumplimentarlos contra el reloj: Unos se encargan del diseño del catálogo y de su costura; otros crean sus sofisticadas imagen de marca y página *web* oficial; otros pasan por el Registro de la Propiedad Intelectual la marca comercial de Serpica Naro (exigencia indispensable de los organizadores); los más habituados a tratar con los *media* se constituyen en el gabinete de prensa de la anglonipona, consagrado a proporcionar recortes verosímilmente falsificados de periódicos, revistas especializadas y páginas *web* que atestiguen que las creaciones de Serpica Naro se han expuesto y se venden en medio mundo; los economistas del grupo crean una sociedad ficticia (incluyendo la invención de su código de identificación fiscal y de sus *sedes* en Londres y Tokio, etc.) y de reunir los 1.850 euros exigidos para alquilar el espacio y la carpa donde se albergará la presentación. De forma casi *milagrosa*, todo está listo a tiempo y, finalmente, el 11 de febrero llega a la sede ficticia de la empresa de Serpica Naro la confirmación de que la diseñadora anglonipona podrá presentar su colección "*NonConform*" en el circuito oficial "*Milano Moda Donna*".

Imagen de marca de Serpica Naro[1105]

1105 Extraída de: http://www.serpicanaro.com (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

11/02 05 VEN 10:45 FAX 0039 02 77710850 CAMERA MODA 001

Camera Nazionale della Moda Italiana

Spettabile
NARO SRL
SERPICA NARO
Via Morigi, 8
20123 MILANO

P.IVA 13275230167 **URGENTE**

Fax:02/26890043

C.A.SIGNORA NADJA FORTUNA

Milano, 11 febbraio 2005
Prot. N° 167/tr

RICHIESTA INSERIMENTO IN CALENDARIO PER LA MANIFESTAZIONE MILANO MODA DONNA 19 – 26 FEBBRAIO 2005

Egregi Signori,

Il Comitato di Presidenza ed il Consiglio Direttivo della Camera Nazionale della Moda Italiana hanno preso visione della Vostra richiesta di inserimento nel calendario della manifestazione in oggetto (In allegato, piano delle uscite pubblicitarie calendario).

L'organizzazione della manifestazione è gestita dalla Camera Moda S.r.l. Unipersonale ed è dunque alla stessa che – in caso di ammissione della Vostra richiesta – dovrà essere inviato, entro

11 FEBBRAIO 2005 ENTRO LE ORE 15,00

Il contributo per questa operazione dell'ammontare di € 1.550,00+IVA 20%, così per un totale di **€ 1.860,00**, secondo le seguenti coordinate bancarie:

Camera Moda s.r.l.
SANPAOLO IMI S.p.A.
Filiale 37
Piazza Cordusio –Milano
C/c n.1000/924–abi 01025 – cab 01659

Entro la medesima data dovrà essere trasmessa a Camera Nazionale della Moda Italiana ovvero a Camera Moda S.r.l., copia della presente, sottoscritta nell'apposito spazio, per accettazione.

In caso di mancata sottoscrizione per accettazione o in caso di pagamenti parziali dell'importo sopraindicato ovvero di pagamenti non comprensivi di IVA Camera Moda S.r.l. si riserva di valutare l'inserimento o meno della Vostra società nel calendario.

Associazione certificata per il Sistema qualità UNI EN ISO 9001:2000 - CQY 9820/366
20121 Milano - Via Gerolamo Morone, 6 - Telefono: 02 777108.1 - Telefax: 02 7771085 - 02 77710862
INTERNET: www.cameramoda.it - E-mail: info@cameramoda.it

Carta de la Camera Nazionale della Moda Italiana[1106]

Una vez resueltos los últimos trámites administrativos, Serpica Naro cuenta ya con una fecha fijada para su desfile, el 26 de febrero de 2005, día en que se cierra la *Settimana de la Moda*. Podría parecer que lo más difícil se había conseguido, pero aún queda mucho por hacer para provocar una verdadera agitación en la feria de la moda milanesa, pues no hay que olvidar que junto a Naro desfilarían las creaciones de otros

1106 Copia del documento extraída de "Operazioness_web".

noventa y nueve diseñadores de todo el mundo durante esos siete días. Afortunadamente, el éxito de este primer *hacking* en el proceso de selección del prestigioso evento implicado que la red de creadores reunidos en torno a Serpica Naro se granjee las simpatías y la complicidad de aún más diseñadores y trabajadores del sector, incluídos varios *disidentes* más de la propia organización de la propia *Settimana*. Gracias a este trabajo reticular y solidario de los casi doscientos precarios de la moda al servicio de Serpica Naro, esta puede suplir su completa carencia de fondos, de referencias y de contactos en prensa con un entusiasta grupo de colaboradores que diseña una osada e ingeniosa estrategia de *embaucamiento mediático*.

Y es que, en efecto, la única forma de que dispone esta red de precarios para saciar *gratuitamente* la voracidad mediática en su búsqueda de escándalos y controversias (por más que siempre superficiales) pasa por aplicarse a sí mismos una sutil forma de *autoparodia* que resumen en la consigna "San Precario vs. Serpica Naro". De este modo, la estrategia comunicativa que se aplica para atraer la máxima atención oficial y mediática hacia la *diseñadora* anglonipona consiste en enfrentarla con los colectivos sociales milaneses que luchan contra la precariedad y que *adoran* a San Precario, cuyas reivindicaciones y formas son conscientemente caricaturizadas para servir de *cebo* para la prensa.

En este sentido, todo comienza con el propio diseño de la colección de Serpica, que trata de "hacer sexy" la vida precaria de las jóvenes contemporáneas, presentando piezas que, basándose en estilos de "tribus urbanas" y en uniformes de trabajo del McDonald´s o de otras cadenas comerciales, frivolizan sobre la imposibilidad de contar con la baja de maternidad (introduciendo, por ejemplo, una faja especial que permite ocultar el embarazo) o con la necesidad de estar pluriempleada para acabar proclamando: "*¡We are not low class, we are not high class, we are the new class!*"[1107]. A continuación se pone a punto una página *web* genérica, http:///www.settimanadellamoda.it, con información sobre las últimas novedades de la *Settimana* (cortada y pegada de la que

1107 *Idem.*

maneja la propia oficina de prensa de la feria milanesa gracias a los *infiltrados* con que cuentan en ella) y en la que se van publicando noticias acerca del desfile de Serpica Naro. Al principio, estas se limitan a simples exaltaciones de la diseñadora procedentes de su *gabinete de prensa* (que asegura que va a dejar con la boca abierta a los milaneses), pero poco a poco el nivel de controversia va *increscendo*, lo cual atrae hasta esta página a revistas especializadas como "*Donna moderna*"[1108] y "*Fashion Magazine*"[1109], así como a diversos periódicos, todos los cuales se hacen eco de la polémica que Naro ha despertado entre los movimientos milaneses "No Global" (término que estos asumen gustosamente para la ocasión).

Partiendo de los antecedentes de oposición de dichos colectivos a la Semana de la Moda, la prensa recoge su airada oposición a que esta diseñadora utilice "indebidamente" estilos que, supuestamente, pertenecerían a todos los jóvenes urbanos o que frivolice con la precariedad en que las mujeres desarrollan su trabajo cotidianamente[1110]. Poco después, aparece un duro comunicado de prensa en que varios movimientos sociales de Milán anuncian su boicot a Serpica Naro por haber ofrecido supuestamente quince mil euros al decano centro social okupado de Milán, La Pérgola[1111] (situado en las inmediaciones del lugar que se le ha reservado a Serpica para su presentación), para celebrar allí su desfile.

Desde este momento, no cesa el cruce de acusaciones entre los partidarios de San Precario y el gabinete de prensa de Serpica, en el que ambos adoptan hasta el extremo sus respectivos papeles: Los primeros se

1108 Ver: http://www.donnamoderna.com/sfilate/sfilate_ai2006/articolo/idA034001007167.art (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1109 Ver: http://www.fashionmagazine.it/home.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1110 J. M. Fonalleras, "La evanescente 'Serpica Naro', beata de S. Precario, un gran suceso ", en *La Vanguardia*, 6 de marzo de 2005. Consultado en: http://www.nodo50.org/reformaenserio/articulos/abril05/serpica.htm (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1111 Ver: http://www.ecn.org/pergolatribe/ (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

muestran completamente intolerantes con la mezcla que propone esta de los estilos *chic* y *underground*, realizando una absurda reivindicación exclusivista de este último y exhibiendo una posición extremadamente arcaica de negación extremista de todo diseño. La joven *creadora*, por su parte, realiza (por boca de su gabinete) acusaciones cada vez más agrias contra los "comunistas" y, al tiempo que reafirma la *originalidad* y la plena *autoría* de su obra (mostrando su desprecio hacia los jóvenes precarios), lamenta que la pasarela de Milán esté perdiendo esplendor por tener que lidiar con retrógrados de esta clase[1112].

Con este ambiente tan caldeado comienza la Semana de la Moda milanesa y los organizadores, ya alertados ante esta polémica, ven cómo se cumplen sus peores sospechas cuando el lunes 21 de febrero los seguidores de San Precario aparecen, con *trono* incluído, a las puertas del desfile de Prada y, pese a que la figura no logra traspasar la barrera de guardias de seguridad, unos cuantos logran (con ayuda *desde dentro*) penetrar en el interior e interrumpir brevemente su presentación. Tres días después, en un desfile paralelo a la *Settimana* celebrado en el teatro Piccolo, una de las organizadoras, Laura Biagiotti, declara públicamente su apoyo a los trabajadores de la moda que carecen de condiciones laborales dignas. Entretanto, los colaboradores de La Pérgola y otros movimientos sociales de Milán confirman que tratarán de impedir la presentación de Serpica Naro el sábado. Hasta tal punto crece la tensión que los seguidores de este *alter ego* de San Precario llegan a cumplir a rajatabla aquel consejo ya citado de Jerry Rubin: "Cuando planees una manifestación, incluye siempre un papel para los policías. [...] Los policías van perfectamente vestidos para el papel de `malo de la película ´"[1113]. De este modo, la jefa del *gabinete de prensa* de Serpica recibe en esos días la llamada de la policía milanesa advirtiéndole de la posibilidad de que los "No Global" traten de impedir su desfile y, acto seguido, aquella concede entrevistas a la prensa expresando su preocupación por estas amenazas, las cuales propician la aparición de varios reportajes al respecto antes del sábado.

1112 Ver: "Operazioness_web".
1113 J. Rubin, *op. cit.*, p. 127.

Finalmente, toda esta historia de pretendido antagonismo entre San Precario y Serpica Naro culmina el propio sábado por la tarde cuando, paralelamente a los preparativos de la presentación que se ultiman en la carpa de la joven *diseñadora*, casi cien activistas contra la precariedad se congregan en La Pérgola y se ponen en marcha hacia el *parking* donde tienen previsto desfilar las modelos de Serpica. Allí los espera, como tienen previsto, un amplio despliegue policial que bloquea todos los accesos a la carpa de la modista para impedirles penetrar en ella. En ese momento, y ante el estupor de los agentes, de entre los sonrientes manifestantes salen la *jefa de prensa* de Serpica Naro y algunas de sus *modelos* y solicitan a la policía que se les permita pasar, esgrimiendo el documento oficial que acredita el pago del alquiler del espacio para la presentación. Queda así expedita la pasarela milanesa para que a las siete de la tarde, y bajo los focos mediáticos del cierre de la *Settimana della Moda*, Serpica Naro desvele públicamente su auténtica naturaleza y abrace el *culto* de San Precario, cuyos *devotos* penetran en la carpa tras el estandarte de San Precario (el mismo que esos días se podía ver en las asambleas de los trabajadores de La Scala) y son recibidos calurosamente por todo el *staff* de la modista anglonipona.

La osada burla queda, así, al descubierto y la tarde acaba con un desfile en la carpa de modelos precarias (trabajadoras del McDonald´s, empleadas de telemarketing, la susodicha joven embarazada *de camuflaje*, etc.), seguido de otro más en el propio centro social La Pérgola, donde se presentan las colecciones de los diseñadores *de código abierto* milaneses, de Yomango y de Sailormars (el sello londinense de ropa realizada enteramente con tejidos y materiales reciclados). La cobertura mediática de esta *beffa* precaria al lujo de la moda milanesa es extensa y mayoritariamente admirativa, como atestiguan los artículos en *La Reppublica*[1114] o el reportaje que le dedica la propia cadena de

1114 R. Amato, "`Abbiamos creato Serpica Naro in 7 giorni e con pochi soldi´", en *La Reppublica*, 26 de febrero de 2005. Consultado en: http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli_e_cultura/modanoglobal/intervistaserpica/intervistaserpica.html

La Reppublica, "Moda, i No Global svelano l´enigma: `Abiamo creato noi Serpica Naro´", en *La Reppublica*, 26 de febrero de 2005. Consultado en: http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli_e_cultura/modanoglobal/modan

televisión ARTE[1115], lo cual provoca que la *Camera Nazionale de la Moda Italiana* haya de disculparse públicamente ante sus patrocinadores y ante el resto de participantes. La conclusión que los *Chainworkers* y la red de cientos de precarios de la moda que han pergeñado el evento extraen de él, sin abandonar en ningún momento la humildad, es plenamente reivindicativa y desmitificadora del *glamour* milanés:

> La inscripción en la Semana de la Moda no debe inducir a errores de interpretación. En primer lugar, no reivindicamos el derecho o el mérito de haber participado en ella. No nos interesa. [...] Estamos más orgullosos de haber logrado involucrar a un número altísimo de precari*s y creativ*s que, mediante colaboración activa o complicidad bajo cuerda, han permitido crear todo esto. Es "todo esto" lo que es para nosotros lo fundamental. Somos nosotros quienes producimos imaginario, cultura, conflicto y radicalidad partiendo de nosotros, de nuestros deseos, de nuestras condiciones de trabajo y de vida y de la rabia que inevitablemente mana de la miseria social englobada en ella. Y conseguimos hacerlo, con gran esfuerzo, en nuestros retales de tiempo, dentro de ocupaciones acrobáticas y con presupuestos ridículos. ¡Esto sí que interesa![1116]

oglobal/modanoglobal.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1115 ARTE, "Les anti-modes milanais", en *ARTE*, 21 de abril de 2005. Consultado en: http://www.arte.tv/fr/art-musique/tracks/a-z/844938.html (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1116 Ver: "Operazioness_web",

Un portavoz de Serpica Naro se dirige al público en el desfile[1117]

Activistas entrando en la carpa de Serpica Naro[1118]

1117 Extraída de: http://italy.indymedia.org/news/2005/02/739205_comment.php#739488 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

1118 *Idem.*

Uno de los modelos de Serpica Naro en pleno desfile[1119]

Ahora bien, este desafío a los grandes señores de la moda no acaba aquí, pues unos meses después de que acabe el evento milanés algunos diseñadores célebres contraatacan y tratan de impedir nuevas *apariciones* de la diseñadora falsa mediante el registro internacional de la marca Serpica Naro, tal y como recoge André Gattolin en su artículo "Serpica Naro: le hoax des précaires contre le système de la mode"[1120]. La respuesta de la red de creadores de esta modista anglonipona es rotunda y enlaza plenamente con la dinámica *copyleft* que había marcado todo el trabajo de diseño del evento de la *Settimana de la Moda*. De este modo, y con motivo de la cita milanesa de 2006, se anuncia públicamente la *liberación* de la *marca colectiva* Serpica Naro con una licencia *ad hoc* que reconoce a cualquier productor textil o diseñador que

1119 *Idem.*

1120 A. Gattolin, "Serpica Naro: le hoax des précaires contre le système de la mode", en *Multitudes*, nº 25, verano de 2006. Consultado en: http://www.eurozine.com/articles/2006-07-31-gattolin1-fr.html#footNote2 (última consulta: 6 de noviembre de 2006).

así lo desee la libertad de utilizar, copiar y modificar las prendas bajo dicha marca (incluso con ánimo de lucro), siempre que mantenga esas mismas condiciones para la ropa creada por él, añada la etiqueta de Serpica (donde se cuenta su historia) y respete los derechos laborales y la producción sostenible, todo lo cual queda resumido en estos tres "deseos": "*Voglia di clean clothes*" ("deseo de ropa limpia), "*voglia di cospirazione*" ("deseo de conspiración"), "*voglia di condivisione*" ("deseo de compartición").

> Serpica Naro ha declarado siempre su naturaleza de *meta brand*, esto es, de proceso social que crea producción autónoma de sentido, apertura pública de los códigos, liberación y puesta en red de competencias e inteligencia. [...] Licenciar una marca para nosotros ha significado compartir todos los derechos que la ley reserva al propietario mismo de la marca. El verdadero propietario de un proceso social es la colectividad que sabe compartir saberes y experiencias y que mediante este método consigue abrir una brecha en la institución de la precariedad.[1121]

1122

1121 Fragmento extraído del texto en .pdf titulado "Kit Serpica Naro", disponible en la página *web* de la *diseñadora*: http://www.serpicanaro.com (última consulta: 6 de noviembre de 2006) (La traducción es mía).

1122 *Idem.*

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Comenzaba esta tesis doctoral con los campesinos colombianos que se tomaban la revancha de los habitantes de la capital dándoles la réplica en el Avemaría radiado a través de la emisora Sutatenza y acaba con miles de jóvenes precarios de Italia y España renovando las huelgas metropolitanas mediante una paradójica (por su condición tradicional) desviación del imaginario y los rituales religiosos. Entre ambos episodios media un recorrido en el que se han tratado de seguir las indicaciones esbozadas al principio del trabajo y de alcanzar cada uno de los objetivos marcados de antemano. En este sentido, considero que esta investigación responde bien a la motivación que impulsó desde el primer momento a su realización y que, de la misma forma, las hipótesis-guía que se formulaban al inicio han cumplido satisfactoriamente su cometido orientador, animando y respaldando la exploración en el campo de la vida cotidiana en pos de las prácticas de comunicación que se han englobado bajo la denominación de "distorsión comunicativa" e igualmente de las matrices culturales donde ellas se sustentarían.

Considerando de modo detenido las metas propuestas para este estudio, estimo en primer lugar que el análisis de las *matrices de cultura* emprendido en el capítulo 1 ha cumplido en buena medida el objetivo propuesto de invalidar desde una perspectiva histórica la pretendida atribución de la función de *sujeto* de los cambios sociales a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como, consecuentemente, el fatalismo y la ausencia de fricciones de la "globalización" capitalista. En lugar de ello, nos hemos encontrado, por una parte, con un amplio y concienzudo seguimiento histórico de los postulados que, valiéndose de sucesivas "entonaciones" tecnocráticas, industrializadoras y despóticas de la red, se reeditan hoy bajo capa de regeneración democrática *automática* (con sólo oprimir los botones del ordenador) y de rimbombantes eslóganes sobre la "sociedad del conocimiento". En este sentido, ha resultado fundamental la decidida apuesta investigadora de Armand Mattelart por un *enfoque genealógico* que se ha demostrado, a mi juicio, altamente revelador y que ha

permitido comenzar a discernir cuánto de novedad hay en los procesos que vivimos en la actualidad pero, sobre todo, cuánto en ellos se inserta en dilatadas dinámicas políticas, económicas y culturales que se remontan a varios siglos atrás. Esto determina una marcada exigencia de cautela a la hora de asumir el vocabulario de las "eras", las "olas" o de las "revoluciones" y, más bien, dirige las pesquisas a una cuidadosa atención a las matrices de cultura que dotan de todo su espesor histórico a las innovaciones. Es así cómo se ha podido escrutar, más allá de la lógica de la *aparición* y con la mínima profundidad requerible, una de las invenciones más fabulosas de los últimos tiempos, la red de comunicación llamada Internet, y ello comenzando por sus orígenes en los laboratorios universitarios financiados por la agencia ARPA del Pentágono, que añade el componente castrense a la sintetizada como "matriz tecnomercantil y militar".

Es en este punto en el que se ha revelado especialmente fructífera la atención que se resolvió conceder desde el inicio a la vida cotidiana y a la vertiente operativa representada por las prácticas de (re)apropiación. De este modo, más allá del sumamente interesante repaso que emprende Mattelart de los orígenes históricos (llegando, como veíamos, hasta la primera mitad del siglo XX) de esa otra entonación de la metáfora de la red que se entronca en este trabajo en la denominada **"matriz libertaria y contracultural"**, la todavía relativa cercanía de los comienzos del ordenador personal y de la red de Internet y el hecho de que, consecuentemente, sigan vivos muchos de sus principales impulsores nos ha permitido bucear en las ambivalentes y conflictivas dinámicas que confluyeron para auspiciar sus respectivos nacimientos.

Poco o nada que ver tiene lo que se ha podido averiguar de este modo con las reservas o alarmismos esgrimidos por los que, en ocasiones amparados en aquella "contrafascinación del poder", se vienen mostrando incapaces de desligar el carácter y los propósitos del que financia una investigación y de aquellos que la llevan a cabo, más aún si tenemos en cuenta la tremenda complejidad de aquella que aquí nos ocupa. En consecuencia, frente a las visiones perversas de centros de

investigación militar aislados del mundo (y, por consiguiente, de sus convulsiones de los años sesenta y setenta) donde se pergeña una red de comunicación para la "guerra fría" que, no se sabe bien de qué manera, acabará por beneficiar fabulosamente a la comunidad científica y, desde hace más de una década, a una considerable porción de la humanidad, se ha podido reconstruir, gracias a investigaciones en su mayoría muy recientes y provenientes del periodismo, una historia de la informática personal y de Internet bien distinta.

En ella dichos laboratorios estadounidenses se encuentran sacudidos de lleno por el florecimiento de la contracultura desde finales de la década de los cincuenta, así como por la experimentación psicodélica, la citada "guerra fría" y las furibundas protestas contra la inacabable campaña de Vietnam, las emergentes luchas sociales, etc. Junto a ello, resulta trascendental la existencia, si bien continuamente discutida y redefinida, de ciertos proyectos de investigación de una enorme ambición en los que vuelcan un denodado esfuerzo y una amplia creatividad algunas de las mejores mentes de la época. A este respecto resulta paradigmática la historia del *Augmented Human Intellect Research Center* impulsado por Doug Engelbart, con su decidida apuesta por la computación personal y por el ordenador como una máquina de comunicar al servicio de la mente humana y con el que supuso su momento estelar, la exitosa demostración de una hora y media de su *oNLine System* (NLS) en la *Fall Joint Computer Conference* de 1968. En este sentido, conviene recordar las palabras de Alan Kay, *hacker* del SAIL, cuando afirmaba en su entrevista con Stewart Brand para "*Rolling Stone*" que ARPA había financiado "el 90 por ciento de las cosas buenas que puedo recordar que se hayan hecho en la ciencia de la computación. [...] La idea básica de ARPA consiste en encontrar gente preparada, darles un montón de dinero y retirarse de su camino"[1123], recalcando que la evaluación que dicha entidad realizaba del rendimiento de su inversión tecnológica se ceñía a la novedad o el interés de los resultados alcanzados, y no directamente a su capacidad letal.

Tampoco encajan bien después de este recorrido histórico

1123 Ver nota 329.

aquellas otras concepciones ingenuas, o (las más de las veces) interesadamente triunfales, acerca de la decisiva contribución al desarrollo informático de una serie de genios emprendedores aislados que representarían hoy el nuevo espíritu del "capitalismo cognitivo". Y ello ya no por lo objetable de las primeras maniobras de negocio de una empresa líder como Microsoft (y tampoco por las reiteradas acusaciones de monopolio a las que se ha enfrentado posteriormente, llegando incluso a los tribunales), ni por las demandas cruzadas por plagio que sacudieron a la industria informática en sus inicios, sino por algo mucho más cotidiano y, si se quiere, humilde. Me refiero en este punto a la insoslayable influencia que, en todo este proceso, significó la cultura *hacker* que, emanando en un primer momento de la rica colaboración en los laboratorios universitarios, permeó desde comienzos de los setenta a capas mucho más amplias de niños, jóvenes, adultos, así como de movimientos políticos y sociales (despojándose ya de su previa tecnofobia generalizada), todo ellos atraídos por el potencial colectivo de conocimiento, liberación y placer (en muchas ocasiones, imposibles de separar) que se vislumbraba ya en estas "Máquinas de los sueños", como las llamó Ted Nelson en uno de sus panfletos homónimo.

De esta ansia de experimentación y libertad surgió lo que también se ha denominado la cultura *hobbyist*, de la que bebió buena parte de los artífices de las actuales megacorporaciones informáticas (algunos de los cuales no dudan en reconocerlo, especialmente los de la empresa Apple), pero que se vio tempranamente atacada por un jovencísimo Bill Gates que, entonces como ahora (que le quedan menos de dos años para retirarse de la presidencia de Microsoft), censuraba la compartición de conocimientos informáticos con el vecino como un "robo" que amenazaba la propia posibilidad del desarrollo tecnológico (¡!). Más allá de este episodio profundamente simbólico, merece la pena reiterar que el primer videojuego de la historia no es el "*Computer Space*" que diseñó la empresa Atari en 1971, sino "*Spacewar*", creado una década atrás de forma colaborativa por Stephen Russell y sus colegas del MIT y modificado y mejorado voluntaria y libremente desde entonces por los *hackers* y estudiantes que accedían a él. El mencionado artículo de "*Rolling Stone*" en que Brand da cuenta de las "Olimpiadas"

que albergaban los laboratorios del SAIL en torno a este pionero videojuego invita a replantearse profundamente determinadas asunciones acerca de los orígenes y los modos de producción de algunas de las industrias culturales clave actualmente.

En cuanto al esbozo de las transformaciones sociales contemporáneas que se lleva a cabo a continuación, estimo que en buena parte se ajusta a la premisa de la *continuidad* de fondo presente en los procesos que desembocan en la actual configuración de la sociedad y, más concretamente, de las designadas como "industrias culturales en red". Ello ha permitido, como se proponía al inicio de este estudio, reconocer lo que de regular y constante hay en dichas transformaciones sociales, pero también identificar y examinar las profundas novedad y ruptura de ciertas dinámicas y características. A partir de aquí, investigaciones como las del sociólogo Manuel Castells acerca de la "era de la información" y la "sociedad-red" han supuesto una referencia imprescindible para indagar en buena parte de las mutaciones económicas, culturales y políticas de nuestros días.

Junto a dicho trabajo, estimo que las reflexiones que John Perry Barlow realizó acerca de la "economía de las ideas" y la "taxonomía de la información" que emprendió hace doce años en "*Selling wine without bottles*" no han perdido ni un ápice de su validez para situarnos a día de hoy en el convulso y conflictivo ámbito de aquello que los colaboradores de la revista "*Multitudes*" han denominado"capitalismo cognitivo". En efecto, la conceptualización de la información como "actividad", como "forma de vida" y como "relación" que realiza el ex-letrista de *Grateful Dead* sintetiza con extraordinarias simpleza y precisión, a mi juicio, los ejes conceptuales en torno a los cuales se dirimen los más cruciales conflictos actuales en torno a la cultura, la comunicación, la creación artística y, por supuesto, la citada "economía de las ideas".

A partir de Barlow resulta, pues, muy provechoso el examen de las más recientes reflexiones de los autores de la mencionada revista francesa acerca de los cambios y choques que afectan hoy a las industrias culturales, sometidas a las contradicciones derivadas de la grave

dificultad para mantener un rígido *management* y control sobre la actividad productiva y, más aún, para reclamar para sí la propiedad exclusiva de los frutos de dicha actividad (y, ulteriormente, para acaparar cada vez más productos de la inteligencia o la creatividad humanas), origen de la enorme pugna suscitada hoy alrededor de la "propiedad intelectual". En este sentido, resulta cardinal para reafirmar la concepción del consumo comunicativo que guía esta investigación una de las ideas centrales que defiende el sociólogo Maurizio Lazzarato en sus artículos y que resume afirmando que, por lo que respecta a la producción de riqueza inmaterial que se da hoy en día, "todos inventan, todos trabajan"[1124].

Por lo que respecta a los cambios que afectan a la cultura, es recurrente la referencia a la fusión simbólica propiciada por la digitalización de la información y por el cada vez mayor desarrollo y acceso a maquinaria que facilita la reproducción y mezcla de texto, imágenes, audio, video, hasta dar lugar a un auténtico entorno *multimedia*. No obstante, todos los autores estudiados se apresuran a advertir acerca de la tendencia hacia nuevas formas de marginación y estratificación por clases sociales (producto de la segmentación por razones económicas, culturales, formativas o políticas) en este momento de explosión comunicativa y de abundancia informativa. Dicha tendencia es sintetizada por Castells mediante su aguda distinción entre la minoría de "interactuantes" y la mayoría de "interactuados", entre los cuales las diferencias no sólo no disminuyen, sino que crecen imparablemente con respecto al consumo previo de los *mass media*. Otro punto clave en el que coinciden estos autores es que a aquella fusión simbólica corresponde al mismo tiempo una integración creciente de todos los mensajes, formas y géneros que acaba por desdibujar y poner en tensión las distinciones clásicas entre cultura popular y cultura dominante o erudita.

Lo cierto es que tal tensión no descubre en realidad nada nuevo sino que más bien permite retomar aquello que ya fue puesto de manifiesto allá en 1957 por Richard Hoggart, pionero en analizar lo que

1124 Ver nota 381.

Martín-Barbero denomina las "mediaciones" con su estudio de las ambivalentes interpenetraciones entre la cultura popular de la clase obrera inglesa y la pujante influencia de las publicaciones masivas de la época en su empeño por averiguar "cómo las apelaciones de las publicaciones de masas mucho más ampliamente difundidas conectan con actitudes comúnmente aceptadas, cómo están alterando esas actitudes y cómo están encontrando resistencia"[1125].

De aquí partirán los intentos del mencionado profesor abulense y de García Canclini por revitalizar críticamente la noción de "cultura popular" y sacarla del enquistamiento y la acomodación a la que había sido conducida. En concreto, estimo muy sugerente la propuesta de superación de dicha noción que defiende el argentino con su propuesta conceptual de la "cultura híbrida", para cuya definición recurre a dos desplazamientos fundamentales de la actualidad, la mencionada integración de elementos y géneros antes estrictamente separados (lo que él denomina la "descolección") y la emergencia de nociones que remiten a la constitución de comunidades extensas o ampliamente distantes, así como a la importancia contemporánea de las *culturas fronterizas*. Finalmente resulta interesante que, sin perder nunca de vista la hegemonía ejercida en este ámbito por las industrias culturales en expansión, este investigador apueste por la pertinencia y la riqueza de prácticas culturales que en la actualidad inciden en tres elementos fundamentales, *la ironía*, *la distancia* y *la reelaboración lúdica*.

En lo concerniente a las transformaciones de índole política, considero esencial destacar el acento que el profesor James Boyle puso en 1997 en la posibilidad de trasladar en cierto modo al diseño del ciberespacio las reflexiones que Michel Foucault había recogido en "*Surveiller et punir*" sobre las mutaciones del poder político y la configuración de la sociedad según el modelo de "prisión continua". Esta temprana alerta ante la posibilidad de regular lo que sucede en el ciberespacio mediante el despliegue de imperceptibles, insidiosos y omnipresentes dispositivos técnicos que eluden discretamente el escrutinio democrático y abren la vía para el ejercicio de un poder

1125 Ver nota 146.

arbitrario y abusivo será recogida y reelaborada en profundidad poco después por Lawrence Lessig con su énfasis en que en el ciberespacio, ámbito construido de forma plenamente artificial, el *código* se constituye en la principal herramienta regulatoria de la que se valen tanto el mercado como los gobiernos para imponer su voluntad.

La traducción de todas estas tendencias por lo que se refiere a las industrias culturales se revela como decididamente aciaga desde una perspectiva democrática al poder identificarse en este comienzo de milenio una continuidad esencial con aquel proceso que Michel de Certeau atribuía a dichas industrias en el siglo XX, por el cual estas tratan de expoliar la cultura, considerada meramente como "terreno de un neocolonialismo [que] instala allí imperios, como las naciones europeas del siglo XIX ocupaban militarmente continentes desarmados"[1126]. En este sentido, numerosos autores coinciden en señalar la traumática profundización en lo que Enrique Bustamante denomina la "fractura digital", la cual va mucho más allá de los aspectos técnicos para establecer un renovado "*apartheid*" cultural entre aquellos "interactuantes" e "interactuados" en función de la calidad de la información a la que se accede, de la disposición de competencias para manipularla y reelaborarla, del acceso a conocimientos y recursos para participar plenamente en la producción cultural, etc. Tal proceso viene determinado decisivamente, sin duda alguna, por la marcada deriva oligopolística (e incluso monopolística) de dichas industrias, la cual no implica necesariamente una homogeneización de la comunicación, sino que trata de adaptar lo que no deja de ser generalmente una producción anodina (excepto para una élite privilegiada económica, cultural y educativamente) a los distintos *segmentos* del público, con una creciente fragmentación que llega incluso hasta la *indigenización* sugerida por Bustamante.

A todo ello viene a unirse la expansión vertiginosa del *copyright* y su encarnizada pugna por capturar cada vez más parcelas (y por cada vez más tiempo) de la creación y el conocimiento humanos y convertirlos en nuevos *enclosures* de los que todos los ciudadanos nos

1126 Ver nota 30.

hemos de mantener alejados, so pena de recibir castigos disparatadamente severos. Este panorama ha sido resumido por Lessig de la siguiente forma dramática: "nunca en nuestra historia, como hoy en día, ha tenido menos gente el derecho legal a controlar en un grado tan alto el desarrollo de nuestra cultura"[1127]. Para cerrar esta reflexión cabe destacar que ya desde el propio Hoggart (y pasando por autores como Mattelart, Martín-Barbero o Neil Postman) se viene incidiendo en la perniciosa influencia que ejercería la dinámica de dichas industrias culturales, basada en la sucesión vertiginosa de novedades y en la obsolescencia rápida de sus productos, sobre las propias *memoria* y tradición (elementos cruciales de las culturas populares mencionadas), desdeñadas como algo "*old-fashioned*" y caduco frente a aquella tentación, espoleada por la memoria artificial cibernética, de habitar un "presente constante".

Una vez esbozado este panorama general de las industrias culturales en nuestros días, se ha tratado a continuación de definir las prácticas comunicativas que, atravesándolas, ponen en cuestión su hegemonía cultural y abren brechas por las que emerge eso que se ha denominado, siguiendo a de Certeau, como los "modos de consumir" los productos de dichas industrias. La equiparación con ese *art de faire* que en la industria clásica supone la práctica de la *perruque* nos ha adelantado algunas de las claves conceptuales que van a estar presentes en los distintos conceptos a los que se ha recurrido para delimitar conceptualmente la "distorsión comunicativa". Énfasis en la operatividad y en la inteligencia práctica, movilidad, furtividad, creatividad efímera basada en golpes rápidos y certeros, reelaboración desviada y crítica a partir de retazos culturales hurtados a las industrias culturales, todos estos elementos emergen del análisis de los cuatro conceptos (*culture jamming*, guerrilla de la comunicación, *tactical media* y muy especialmente del *détournement*, tal y como se lo ha definido en el punto 4.1.3.) a partir de los cuales se llega a la **definición de distorsión comunicativa** que se propone en este estudio: "Conjunto de prácticas múltiples y conscientes mediante las cuales los *consumidores* de las industrias culturales hegemónicas se reapropian furtivamente de sus

1127 Ver nota 512.

elementos, operando a través de estas industrias una producción (en el sentido de `poiesis´, invención, creación) que somete dichos elementos a deformación y recombinación en función de la conveniencia y los propósitos de dichos usuarios, hasta ulteriormente diseminar públicamente las obras así generadas y dar pie así a sucesivas recreaciones". Abundando en esta definición, se ha estimado interesante diferenciar entre el componente *esclarecedor* y el *(re)creativo* de dicha distorsión, en función de la profundidad con la que se explote aquello que la *Internationale Situationniste* denomina "las virtudes inagotables de reutilización", que van mucho más allá del apego a los significados primarios de los elementos *desviados*.

Esta definición queda, en cualquier caso, mejor precisada en el apartado dedicado a su caracterización formal en relación con los rasgos con que de Certeau detalla la naturaleza de sus modos de hacer. De este modo, desde el punto de vista de los usos la distorsión comunicativa significaría la reivindicación (una vez más) de un tipo de ***lectura* activa** (aquel peregrinar por un texto impuesto a que aludía el historiador francés), expresiva, colectiva (relacionada, por tanto, con la trama de la *memoria popular* que destaca Martín-Barbero), creativa hasta el *exceso* (presta a sacar el máximo partido de la "insumisión de las palabras" de que daban cuenta los situacionistas aplicando a los textos mediáticos una atención y un escrutinio que los eruditos reservan a las grandes obras) y que combina una profunda implicación, especialmente emotiva, con un distanciamiento irónico (lo cual recuerda a la "inmersión lúdica" que hemos visto en relación con los videojuegos), todo lo cual es sintetizado por Carlos Monsiváis en esta descripción de la lectura "subalterna" digna de ser recordada:

> ...la manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente [...] vivifican a su modo su cotidianidad y tradiciones convirtiendo las carencias en técnica identificatoria. [...] Las clases subalternas asumen, porque no les queda otra, una industria vulgar y pedestre y,

> ciertamente, la transforman en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa.[1128]

Por lo que respecta a la aproximación a la distorsión comunicativa desde la **perspectiva de las *tácticas***, ella permite situar conflictivamente dicha lectura en un territorio que no le es propio y que la obliga a atravesar furtivamente los cada vez más expansivos cercamientos *estratégicos* de las industrias culturales (y, muy especialmente, los impuestos por el *copyright*) para efectuar sus golpes resistentes y creativos. En este punto, la metáfora bélica de las tácticas, al igual que la de la *guerrilla*, resulta especialmente válida para señalar la relevancia que en este tipo de prácticas adquiere la dimensión temporal (por suponer el reconocimiento y aprovechamiento precisos de las *ocasiones* la clave para invertir una relación de fuerzas desfavorable), así como la ausencia en ellas de un poder establecido, lo cual determina su tenaz nomadismo y diseminación.

Es en este esquema en el que, según de Certeau, adquiere una importancia cardinal el recurso a aquella ***memoria*** que veíamos que las industrias culturales se empeñan en devaluar y liquidar como pasada de moda. Y es que, para el autor francés, dicha memoria, como se suele decir del saber, no ocuparía lugar sino que constituiría propiamente un "tiempo acumulado", esto es, una sedimentación irregular, heterogénea e íntimamente ligada a los momentos de adquisición de la experiencia. De esta forma, frente a la imagen del archivo o de las más sofisticadas y actuales bases de datos, la memoria se erige como una *presencia* siempre viva pero escondida hasta la llegada de la *ocasión*, en la que, cual relámpago mnemónico, emerge para contraponer a una composición de lugar desfavorable una acumulación máxima de saber en un tiempo mínimo.

Ahora bien, es en este punto en el que surge, a raíz especialmente de las ideas expuestas por Henry Jenkins acerca de la persistencia de la cultura fan, la discrepancia más profunda con respecto

1128 Ver nota 808.

a los planteamientos de Michel de Certeau acerca de los modos de hacer. Y es que su insistencia en que la carencia de un lugar propio impone el que estas prácticas sean forzosamente efímeras y no puedan *legar* nada más allá del momento preciso en que se ejecutan y al cual van inseparablemente unidas contrasta no sólo con el hondo calado y la tremenda pervivencia de las cada vez más esmeradas culturas (re)creativas de los fans a partir de los productos de las industrias culturales (entre las cuales destaca sobremanera el ejemplo del *doujinshi* japonés), sino también con buena parte de las prácticas y grupos que se han analizado como referentes históricos de la distorsión comunicativa.

Y es que, en efecto, y con mayor o menor proyección, tanto los fotomontajes dadaístas, como los cómics, el cine o las pintadas situacionistas, los *graffiti* surgidos de la cultura hip-hop neoyorquina, los *happenings* de los *yippies*, las invenciones de los *ciberpunks* o las vallas "mejoradas" por el *Billboard Liberation Front* o por la propia Agustín Parejo School han dejado una notable huella (por más que sus intervenciones fueran efímeras y no pocas veces duramente reprimidas) en las prácticas de distorsión comunicativa de la actualidad. De este modo, queda señalada la presencia, dentro de sus discontinuidad y heterogeneidad, de determinadas constantes que sería excesivo conceptualizar en términos de escuela, pero que acaso constituyan una suerte de *herencia furtiva* compuesta de trazos difusos pero persistentes.

Es precisamente en ese sentido en el que en esta tesis se propone el (re)descubrimiento o, para ser más precisos, la ***(re)conquista* de un espacio donde dicha producción táctica y nómada pueda ser albergada** sin por ello quedar sometida a la captura dentro de los límites de un l*ugar propio*. La configuración de dicho espacio, al que he llamado *procomún* siguiendo una traducción bastante aceptada del término inglés "*commons*" ("terrenos comunales" o "bienes comunales") que se viene readaptando en los últimos años al ámbito de la creación y la producción intelectual, nos permite **enlazar la distorsión comunicativa** precisamente **con la matriz libertaria y contracultural** que definíamos en el capítulo 2 y, más concretamente, con la cultura *hacker* que florece desde los sesenta en torno al desarrollo de la

informática. Y es que, en efecto, lo que se denomina actualmente el movimiento por la *cultura libre*, impulsor de la defensa del procomún frente a las nuevas formas de *enclosure* intelectual de las industrias culturales, bebe directamente del proyecto de un puñado de informáticos (y algún que otro abogado) que, capitaneados por "el último *hacker* auténtico", Richard Stallman, abrió a comienzos de los ochenta en el ámbito del *software* la batalla por recuperar la libertad de controlar la tecnología (en lugar de dejarse controlar por ella) y, sobre todo, de acceder a la cultura y participar en su construcción, mejora y difusión, batalla que actualmente se extiende a todos los ámbitos del saber y amenaza la hegemonía de las industrias culturales en red.

Es en medio de tan fabuloso envite democrático (pensemos simplemente en cómo cambian las tornas cuando la arquitectura de control, el "código" ante el que alerta Lessig, pasa a ser abierto, transparente y modificable con la implantación de sistemas operativos libres: ¿podrían entonces acceder a la *Long Island digital* las minorías étnicas empobrecidas?) donde en esta tesis doctoral he tratado de **situar los modos de consumir** que se han abarcado con la denominación de distorsión comunicativa. Ya sea esta cultivada por dos artistas ansiosos por plantar cara a la OMC, por los pujantes movimientos sociales contra la precariedad de Italia o del sur de España o por un grupo de niños marroquíes de Lavapiés (o de Figueras, o del Rif, o chavales turcos de Kreuzberg o belgas de Kortrijk) dichas prácticas suponen, a mi juicio, **un destacado desafío democrático y una reivindicación directa y potente de la libertad de expresión** que se ve crecientemente amenazada por la concentración y la mundialización de las industrias culturales y, junto a ello, **un conflicto radical en el ámbito de la cultura con respecto al régimen expansivo de la "propiedad intelectual"**.

Pues tanto los *Monteure* dadaístas, como los plagiadores del *Critical Art Ensemble*, los situacionistas, los malagueños de Agustín Parejo School, los *hackers* y *hobbyists*, los fans, los *graffiteros*, los *culture jammers* o los diseñadores del videojuego "*Bordergames*" están poniendo continuamente en cuestión la noción de autoría individual y genial sobre la que se cimenta todo el armazón de los derechos de autor

y están reclamando y practicando una forma de creación colectiva, abierta, generosa y, sobre todo, libre. En este esquema los intentos de apropiación de los frutos de dicha creación entrañarían una contradicción inaceptable e insostenible con la naturaleza compartida de su proceso de producción y difusión, que poco o nada entiende de *versiones autorizadas*. Es por ello que, frente a la mercantilización y el control total de las ideas que se arrogan las industrias culturales, convirtiendo el terreno de la cultura en un campo minado por las restricciones abusivas del *copyright*, las prácticas de distorsión comunicativa (entre muchas otras) atraviesan cotidianamente dicho terreno emulando al Víctor Jara que cantaba "a desalambrar, a desalambrar, que la tierra es nuestra, tuya y de aquel...".

Todo esto nos sitúa, a mi entender, **en el umbral de una redefinición de la comunicación y la cultura denominadas *populares*** (y, consecuentemente, también de las hegemónicas) que no puede seguir soslayando por más tiempo el crucial conflicto que supone hoy la privatización y la captura mercantil de este procomún cognitivo y creativo (y que alcanza, no lo olvidemos, otros ámbitos como el de las patentes sobre la vida, sobre plantas o sobre fármacos de primera necesidad) y que, por tanto, ha de inscribirse **en las coordenadas que marca en nuestros días el rico y vigoroso movimiento por la cultura libre** que, ya de entrada, está haciendo tambalearse muy gravemente el hasta hace una década férreo (y "*friction free*") monopolio de un gigante como Microsoft. Desde mi punto de vista, no cabe duda de que necesitamos urgentemente reclamar un procomún en el terreno de la comunicación y la cultura.

Estimo relevante apuntar una última reflexión que atañe al paradigma metodológico empleado a lo largo de la investigación, el cual en este momento me parece profundamente insuficiente para abordar en toda su complejidad y riqueza las prácticas que aquí nos ocupan. Lo cierto es que como investigador he llegado a sentir una notable incomodidad ante mi posición distante y pasiva con respecto a aquello que analizaba, la cual se ha agudizado especialmente al tratar acerca del videojuego "*Bordergames*-Lavapiés", fuente de una enorme y sana

envidia con respecto a la Fiambrera Obrera. Y es que este grupo de artistas y activistas de Lavapiés y de otros puntos de Madrid y Barcelona (entre los cuales no me ha extrañado un ápice encontrar al responsable de la única traducción castellana encontrable -si bien parcial- de "*L´Invention du quotidien*") ha logrado desencadenar, sin apenas recursos económicos y mediante un amplio despliegue de habilidades pedagógicas, artísticas, sociales e incluso vecinales (amén de un imprescindible componente *perruqueur* con respecto a la industria de los videojuegos), un proyecto comunicativo que aúna virtuosamente la alfabetización digital, la capacitación cuasiprofesional de menores migrantes con escasa formación académica, la intervención educativa para su integración en el barrio, el desarrollo de sus capacidades creativas (desde la música hasta el diseño de personajes o el modelado en 3D) y el dominio de instrumentos que les dotan de capacidad para expresarse libremente y denunciar la represión y las dificultades que encuentra un migrante al llegar a su lugar de destino (mucho más en un barrio como Lavapiés después del 11 de marzo). Y todo ello, no lo olvidemos, en un sector vituperado y condenado por buena parte de la sociedad (y, en ella, por no pocos educadores), así como desdeñado por las administraciones culturales y abandonado a la voracidad lucrativa del mercado audiovisual.

La cuestión que me asalta tras examinar todo lo anterior es muy simple: ¿Por qué no se puede hacer esto desde la universidad y los centros de investigación? ¿Hasta cuándo hay que seguir reprimiendo el impulso por participar en iniciativas que combinan un sólido y elaborado planteamiento pedagógico, creativo y comunicativo con un despliegue de ricos modos de hacer, todo ello en pos de una intervención que permita transformar y mejorar ese panorama cultural del que no dejamos de lamentarnos congreso tras congreso, seminario tras seminario? Sin renunciar en ningún momento a la indagación (más bien, buscando profundizar en ella), sugiero para finalizar que, llegados a este punto en el análisis de la distorsión comunicativa, acaso la continuidad de este tipo de pesquisas requiera que nos desprendamos del distanciamiento que salvaguarda nuestra inmaculada identidad investigadora y que, a la manera de los lectores populares, nos sumerjamos críticamente en

prácticas tan inspiradoras como la de "*Bordergames*-Lavapiés". El paradigma crítico, con su pretensión de intervenir y modificar en aquello que investiga, nos proporciona un modelo digno de estudiar que ya viene siendo probado con notable éxito y repercusión en el ámbito pedagógico y educativo en general. Más concretamente, la metodología de la investigación-acción participativa que la Fiambrera Obrera ha desplegado para el proyecto del videojuego con los chavales marroquíes se presenta como una referencia que considero imprescindible examinar a la hora de emprender sucesivas etapas en este campo. Acaso de esta manera pueda aplicar al fin en mi carrera investigadora aquella aseveración de John Perry Barlow acerca de uno de los principios de "la economía de las ideas", el que privilegiaba la *ejecución* frente a la pretendida originalidad de un concepto: "En mi pueblo, nadie te concede mucho mérito sólo por tener ideas. Allí eres juzgado por lo que puedas hacer con ellas"[1129].

1129 Ver nota 366.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

a) Libros y capítulos de libro

-J. A. Aberdeen, *Hollywood Renegades: The Society of Independent Motion Picture Producers*, Cobblestone Entertainment, Palos Verdes Estatales (California), 2000.
(Consultado en: http://www.cobbles.com/simpp_archive/index.htm)

-D. Ades, *El Dada y el Surrealismo*, Labor, Barcelona, 1975.

-M. de Aguilera y A. Méndiz (coords.), *Videojuegos y educación*, Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (Ministerio de Educación y Ciencia), Serie Informes, Madrid, 2003.
(Consultado en:
http://ares.cnice.mec.es/informes/02/documentos/iv04_0301a.htm)

-S. Alinsky, *Rules for Radicals: A Practical Primer for Realistic Radicals*, Vintage Books, Nueva York, 1971.

-I. Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, Londres, 1985.

-I. Ang, *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, Nueva York, 1991.

-S. Aronowitz, *The Death and Rebirth of American Radicalism*, Routledge, Londres, 1996.

-ARPÈGE (Association de rédacteurs pour la promotion et l´étude de la gestion), *Gestion des réseaux: concepts et outils*, Masson (colección "CNET-ENST"), París, 1992.

-J. L. Austin, *How to do things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955*, Clarendon Press, Oxford, 1962.

-Ayuntamiento de Madrid, "Censo de población extranjera", 1 de julio de 2006.
(Consultado en:
http://www.munimadrid.es/estadistica/poblacion/pobExtr/pobExtranjera.asp)

-M. Bakhtin, *Estética de la creación verbal*, Siglo Veintiuno, México, 1982.

-M. Bakhtin, *Problemas de la poética de Dostoievski*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1986.

-M. Bakhtin, *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Barral Editores, Barcelona, 1974.

-É. de Banville, *L'usine en douce. Le travail en "perruque",* L'Harmattan, Paris. 2001.

-P. Baran, "On Distributed Communications Networks", en Rand Corporation Research Documents (vols. I-XI), Rand Corporation, Santa Mónica (California), agosto de 1964.

-R. Barthes, *Mythologies*, Éditions du Seuil, París, 1957.

-R. Barthes, *S/Z*, Siglo XXI, México, 1980.

-R. Barthes, "La mort de l´Auteur", en *Le bruissement de la langue*, Éditions du Seuil, París, 1984, pp. 61-69.

-R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1986.

-G. Bataille, *La part maudite*, Éditions de Minuit, París, 1967.

-G. Bateson, *Mind and nature: A necessary unity*, Dutton, Nueva York, 1979.

-J. Baudrillard, *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona, 1978.

-J. Baudrillard, "La implosión del sentido en los `media´ y la implosión de lo social en las masas", en J. Vidal-Beneyto, *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1979.

-W. Benjamin, *L´homme, le langage et la culture*, Éditions Denoël, París, 1973.

-W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Ítaca, México D.F., 2003.

-B. Berelson, "What `Missing the Newspaper´ means", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Communication Research*, 1948-1949, Harper & Brothers, Nueva York, 1949, pp. 111-128.

-J. W. Berry, J. y U. Kim, "Acculturation and mental health" en P. Dasen, J. W. Berry y N. Sartorius (eds.) *Health and Cross-Cultural Psychology*, Sage, Londres, 1988, pp. 207-236.

-L. Blisset y S. Brünzels (nombres múltiples), *Manual de guerrilla de la comunicación*, Virus Editorial, Barcelona, 2000.

-H. Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, Prentice-Hall, Nueva Jersey, 1969.

-A. Boal, *Teatro del Oprimido y Otras Poéticas Políticas*, Ediciones La Flor, Buenos Aires, 1974.

-L. Boid, *The Yes Men and activism in the Information Age*, mayo de 2005.

(Consultado en: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-04142005-174336/unrestricted/TheYesMen.pdf)

-M. Bonanno, A. Bichlbaum y B. Spunkmeyer, *The Yes Men: La verdadera historia del fin de la OMC*, Ediciones de Intervención Cultural / El Viejo Topo, Barcelona, 2005.

-P. Bourdieu, *Esquisse d´une théorie des pratiques*, Droz, Ginebra, 1972.

-P. Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, París, 1992.

-C. V. Boys, *Soap-bubbles and the forces which mould them*, Society for Promoting Christian Knowledge, Londres, 1890.

-M. Bozon y Y. Lemel, "Les petits profits du travail salarié. Moments, produits et plaisirs dérobés", en *Revue Française de Sociologie*, 1990, n° 1, p.101-127.

-S. Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, Viking Penguin Press, Nueva York, 1987.

-J. J. Brunner, *América Latina: Cultura y modernidad*, Grijalbo, México, 1997.

-C. Brunsdon y D. Morley, *The "Nationwide" Studies*, Routledge, Londres, 1999.

-E. Bustamante, (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de información. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2003.

-S. Butler, *Erewhon*, Penguin, Harmondsworth, 1970.
(Consultado en:
http://www.hoboes.com/html/FireBlade/Butler/Erewhon)

-F. Cabello, "Universidad de Barcelona-*Creative Commons*: Una simbiosis por la difusión del saber", en *La universidad en la comunicación. La comunicación en la universidad*, Edipo, Madrid, 2005, pp. 273-279.

-T. Carlyle, *Lectures on Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*, The Clarendon Press, Oxford, 1910.

-R. A. Caro, *The Power Broker: Robert Moses and the Fall of New York*, Alfred Knopf, Nueva York, 1974.

-L. Carroll, *Through the looking glass*, Penguin, Londres, 1994.

-M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*, Alianza, Madrid, 1997.

-M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, Alianza, Madrid, 1999.

-Vinton G. Cerf, "Requiem for the ARPANET", en T. LaQuey, *Users' Directory of Computer Networks*, Digital Press, Bedford (Massachusetts), 1990, pp. 202-204.

-M. de Certeau, *La prise de parole et autres écrits politiques*, Éditions du Seuil, París, 1994.

-M. de Certeau, *La culture au pluriel*, Éditions du Seuil, París, 1993.

-M. de Certeau, *L´invention du quotidien, vol. 1. Arts de faire,* Éditions Gallimard, París, 1990.

-M. de Certeau, L. Giard y P. Mayol, *L´invention du quotidien, vol. 2. Habiter, cuisiner*, Union Générale d´Éditions, París, 1980.

-M. de Cervantes, *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*, Planeta, Barcelona, 1995.

-L. Chollet, *Les situationnistes. L´utopie incarnée*, Gallimard, París, 2004.

-A. Comte, *Catecismo positivista o exposición resumida de la religión universal*, Editora Nacional, Madrid, 1982.

-Critical Art Ensemble, *The Electronic Disturbance*, Autonomedia, Nueva York, 1994.
(Consultado en: http://www.critical-art.net/books/ted)

-Critical Art Ensemble, *Digital resistance: explorations in tactical media*, Autonomedia, Nueva York, 2001.
(Consultado en: http://www.critical-art.net/books/digital)

-M. Dalton, "Men who manage: Fusions of feeling and theory in administration", en M. Granovetter y R. Swedberg (eds.), *The sociology of economic life*, Westview Press, Boulder, 1992, p. 315-344.

-G. Debord, *La société du spectacle*, Gallimard, París, 1992.

-G. Deleuze, *Pourparlers*, Éditions de Minuit, París, 1990.

-G. Deleuze y F. Guattari, *Qu´est-ce que la philosophie?*, Éditions de Minuit, París, 1991.

-G. Deleuze y F. Guattari, *El Anti Edipo*, Paidós, Barcelona, 1995.

-M. Dery, *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*, Ediciones Siruela, Madrid, 1998.

-M. Detienne y J.-P. Vernant, *Las artimañas de la inteligencia. La metis en la Grecia antigua*, Taurus, Madrid, 1988.

-J. de Diego, *La estética del graffiti en la sociodinámica del espacio urbano. Orientaciones para un estudio de las culturas urbanas en el fin*

de siglo, Universidad de Zaragoza, 1999.
(Consultado en: http://www.graffiti.org/faq/diego.html)

-J. M. Dru, *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*, Eresma y Celeste, Madrid, 1997.

-G. Duby, *Le Dimanche de Bouvines*, Gallimard, París, 1973.

-I. Ducasse (Lautréamont), *Poésies I et II. Correspondance*, Flammarion, París, 1990.

-J. Echeverría, *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Destino, Barcelona, 1999.

-U. Eco *Obra abierta. Forma e interpretación en las poéticas contemporáneas*, Ariel, Barcelona, 1990 .

-U. Eco, *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Lumen, Barcelona, 1981.

-U. Eco, *La estrategia de la ilusión*, Lumen, Barcelona, 1986.

-U. Eco, *La estructura ausente,* Lumen, Barcelona, 1998.

-S. Ewen, *Captains of Consciousness. Advertising and the Social Roots of Consumer Culture*, McGraw-Hill, Nueva York, 1976.

-J. Fiske, *Television culture*, Methuen, Londres, 1987.

-J. Fiske, *Understanding popular culture*, Routledge, Londres, 2001.

-M. Foucault, "Qu'est-ce qu'un auteur?", en *Dits et Écrits*, 1954-1988, t. I (1954-1969), Gallimard, París, 1994, pp. 789-821.

-M. Foucault, *Surveiller et punir: Naissance de la prison*, Gallimard, París, 1975.

-C. Fourier, *La fausse industrie morcelée répugnante et mensongère et l'antidote, l'industrie naturelle, combinée, attrayante, véridique donnant quadruple produit (et perfection extrème en toutes qualités)*, Bossange père, París, 1835-1836.

-N. García Canclini y Patricia Safa, *Tijuana: La causa de toda la gente*, INAH-ENAH-HUAM-Programa Cultural de las Fronteras, México, 1989.

-N. García-Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México D.F., 1995.

-N. García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Paidós, Buenos Aires, 2001.

-B. Gates, *The Road Ahead*, Penguin, Londres, 1996.

-W. Gibson, *Neuromancer*, Ace, Nueva York, 1984.

-W. J. J. Gordon, *Synectics. The Development of Creative Capacity*, Harper & Row, Nueva York, 1961.

-A. Gramsci, *Quaderni del carcere*, Einaudi, Turín, 1975.

-K. Hafner, *The WELL: A Story of Love, Death and Real Life in the Seminal Online Community*, Carroll & Graf , Nueva York, 2001.

-S. Hall, D. Hobson, A. Lowwe y P. Willis (comps.), *Culture, Media, Language*, Hutchinson, Londres, 1980.

-S. Hall, "The Local and the Global: Globalization and Ethnicity.", en A. King (ed.), *Culture, Globalization and the World System*, MacMillan, Londres, 1990, pp. 19-39.

-S. Hall, "Cultural Identity and Diaspora", en Jonathan Rutherford (ed.),

Identity: Community, Culture, Difference, Lawrence and Wishart, Londres, 1990, pp. 222-237.

-S. Hall, "Reflections upon the Encoding/Decoding Model: An Interview with Stuart Hall", en J. Cruz y J. Lewis (eds.), *Reading, Viewing, Listening*, Westview Press, Boulder, 1994.

-M. Haraszti, *A Worker in a Worker´s State. Piece Rates in Hungary*, Penguin-New Left Review, Londres, 1977.

-J. Hasek, *Las aventuras del valeroso soldado Schwejk*, Destino, Barcelona, 1980.

-H. Herzog, "Professor Quiz: A gratifications study", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio research*, 1941, Duell, Sloan and Pearce, Nueva York, 1941, pp. 34–45.

-H. Herzog, "What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners", en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio research*, 1942-1943, Duell, Sloan and Pearce, Nueva York, 1944, pp. 3-33.

-H. Herzog, "Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners", en W. Schramm (ed.), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, l954, pp. 50-55.

-R. Hofstadter , *Social Darwinism in American Thought, 1860-1915*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1944.

-R. Hoggart, *The uses of literacy. Aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainment*, Penguin Books, Harmondsworth, 1977.

-S. Home, *El asalto a la cultura. Corrientes utópicas desde el Letrismo a Class War*, Virus, Barcelona, 2004.

-A. Hussey, *The Game of War: The Life and Death of Guy Debord*,

Pimlico, Londres, 2002.

-A. Huxley, *Brave New World*, Chatto & Windus, Londres, 1932. (Consultado en: http://www.creatividadfeminista.org/libros/gratis/un_mundo_feliz.pdf)

-A. Huxley, *The Doors of Perception*, Chatto & Windus, Londres, 1954.

-W. Iser, *Der implizite Leser. Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*, Fink, Munich, 1972.

-W. Iser, *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*, Fink, Munich, 1976.

-A. Jarry, *Ubu roi*, Bordas, París, 1986.

-A. Jarry, *Spéculations*, Fasquelles, París, 1911.

-A. Jarry, *Gestes et opinions du Docteur Faustroll, pataphysicien*, Fasquelles, París, 1911. (Consultado en: http://faustroll.efields.net)

-H.-R. Jauss, "Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft", en R. Warning (ed.), *Rezeptionsästhetik*, Fink, Munich, 1976, pp. 126-162.

-H. Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*, Routledge, Nueva York, 1992.

-T. Johnson, y B. Kaye, "The Internet: Vehicle for engagement or a haven for the disaffected?", en T. Johnson, C. Hays y S. Hays (eds.), *Engaging the public: how government and the media can reinvigorate American democracy*, Rowman & Littlefield, Lanham, 1998.

-E. Katz, J.G. Blumler y M. Gurevitch, “Usos y gratificaciones de la comunicación de masa” en. M. de Moragas, (ed), *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo II, Ediciones G. Gili, Barcelona, 1985,

pp. 127-171.

-E. Katz, J.G. Blumler y M. Gurevitch, "Reaching Out: A Future for Gratifications Research", en K. Rosengren, L. Werner y P. Palmgreen, *Media Gratifications Research: Current Perspectives*, Sage, Beverly Hills, 1985, pp. 255-273.

-E. Katz y D. Dayan, *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Cambridge, 1992.

-N. Klein, *No Logo*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2001.

-K. Knabb (ed.), *Situationist International Anthology*, Bureau of Public Secrets, Berkeley, 1981.

-P. Kropotkin, *Canpos, fábricas y talleres*, Júcar, Madrid, 1978.

-P. Kropotkin, *El apoyo mutuo: Un factor de evolución*, Madre Tierra, Madrid, 1989.
(Consultado en: http://www.kehuelga.org/biblioteca/apoyo/apoyo.pdf)

-P. Kropotkin, *Memorias de un revolucionario*, Ed. Zero, Madrid, 1973.

-K. Lasn, *Culture Jam: How to reverse America´s suicidal consumer binge –and why we must*, Quill (Harper Collins), Nueva York, 2000.

-H. Laswell, "The Structure and Function of Communication in Society", en L. Bryson (comp.), *The Communication of Ideas*, Harper & Brothers, Nueva York, 1948.

-T. E. Lawrence, *Guerrilla*, Acuarela, Madrid, 2004.

-T. Leary, *Flashbacks*. Putnam, Nueva York, 1990.

-T. Leary, *Chaos and Cyberculture*, Ronin, Berkeley, 1994.

-T. Leary, *High Priest*, Ronin, Berkeley, 1995.

-H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. I. Introduction*, París, Grasset, 1947.

-H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. II. Fondements d´une sociologie de la quotidienneté*, L´Arche, París, 1961.

-H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne, vol. III. De la modernité au modernisme (Pour une métaphilosophie du quotidien*), L´Arche, París, 1981.

-H. Lefebvre, *The production of space*, Blackwell, Oxford, 1991.

-P. Lejeune, *El pacto autobiográfico y otros estudios*, Megazul-Endymion, Madrid, 1994.

-L. Lessig, *Code and other laws of Cyberspace*, Basic Books, Nueva York, 1999.
(Consultado en: http://codebook.jot.com).

-L. Lessig, *Por una cultura libre: cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2005.

-S. Levy, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, Dell, Nueva York, 1984.

-T. Liebes y E. Katz, *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*, Oxford University Press, Nueva York, 1990.

-Y. Lincoln y E. Guba, *Naturalistic inquiry*, Sage, California, 1985.

-D. O. Linder, "The Chicago Seven Conspiracy Trial", en *The Chicago Conspiracy Trial. Teacher´s Study Guide*, L.A. Theater Works (Alive & Aloud. Radio Plays for Learning in the Classroom), Los Ángeles, 1999,

pp. 1-4.
(Consultado en:
http://www.law.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/Chicago7/Account.html)

-R. Linhart, *Lénine, les paysans, Taylor*, Éditions du Seuil, París, 1976.

-J. Lull, *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*, Routledge, Londres, 1990.

-J. Lyons, *Semántica*, Teide, Barcelona, 1980.

-N. Mailer, *Los ejércitos de la noche. La historia como novela, la novela como historia*, Anagrama, Barcelona, 2003.

-T. W. Malone, *What makes things fun to learn? A study of intrinsically motivating computer games* (Report CIS-7), Xerox Palo Alto Research Center, California, 1980.

-H. Marcuse, *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Ariel, Barcelona, 1994.

-J. Markoff, *What the Dormouse Said: How the Sixties Counter-culture Shaped the Personal Computer Industry*, Penguin Books, Nueva York, 2005.

-J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Ediciones G. Gili., Barcelona, 1987.

-J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerarios para salir de la razón dualista*, Ediciones G. Gili, Naucalpan, México, 1989.

-J. Martín-Barbero, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 2002.

-M. Martín Serrano, *La mediación social*, Akal, Madrid, 1977.

-K. Marx y F. Engels, *Manifiesto del Partido Comunista*, 1848. (Consultado en:http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/48-manif.htm)

-A. Mattelart, *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Fundesco, Madrid, 1993.

-A. Mattelart, *La invención de la comunicación*, Siglo XXI, México, 1995.

-A. Mattelart, *La mundialización de la comunicación,* Paidós, Barcelona, 1998.

-A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, Paidós, Barcelona, 2000.

-A. Mattelart, *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, Barcelona, 2002.

-A. Mattelart y S. Siegelaub (comps.), *Communication and Class Struggle. An Anthology in Two Volumes*, International General Editions, Nueva York, 1979

-A. y M. Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.

-A. Mattelart y É. Neveu, *Introducción a los estudios culturales*, Paidós, Barcelona, 2004.

-M. Mauss, "Sobre los Dones y Sobre la Obligación de Hacer Regalos", en *Sociología y Antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971, pp. 155-263.

-J. McCarthy, "The Home Information Terminal-A 1970 View", en *Man and Computer*, Actas de la Primera Conferencia Internacional sobre Hombre y Computadora de Burdeos, M. Marois, Burdeos, 1970, pp. 48-57.

-A. McKenzie y D. Walden, "ARPANET, the Defense Data Network and Internet", en F.E. Froehlich, A. Kent, C.M. Hall (eds.), *The Froehlich/Kent Encyclopedia of Telecommunications*, vol. 1, Marcel Dekker, Inc., New York, 1990, pp. 341-376.

-M. McLuhan, *Understanding Media: The extensions of man, Routledge*, Londres, 1995.

-D. McQuail, J.G. Blumler y R. Brown, "The television audience: a revised perspective", en D. McQuail (ed.), *Sociology of Mass Communication*, Penguin, Middlesex, 1972.

-D. McQuail, *Mass Communication: An Introduction*, Sage, Londres, 1994.

-W. Mitchell, *City of Bits. Space, place and the Infobahn*, MIT Press, Cambridge (Massachussetts), 1996.

-D. Morley, *The "Nationwide" Audience. Structure and decoding*, BFI, Londres, 1980.

-D. Morley, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Methuen, Londres, 1986.

-D. Morley, "Theoretical orthodoxies. Textualism, constructivism and the 'new ethnography' in cultural studies", en M. Ferguson and P. Golding (eds.), *Cultural studies in question.*, Sage, Londres, 1997, pp. 121-137.

-W. Morris, *News from Nowhere or An Epoch of Rest. Being Some Chapters from a Utopian Romance*, Robert Brothers, Boston, 1890.

(Consultado en:
http://etext.virginia.edu/toc/modeng/public/MorNews.html)

-L. Mumford, *Technics and Civilization*, Harcourt Brace and Co., Nueva York, 1934.

-L. Mumford, *The Myth of the Machine, vol. 1: Technics and Human Development*., Harcourt Brace, Nueva York, 1967.

-P. Musso, *Télécommunications et philosophie des réseaux. La postérité paradoxale de Saint-Simon*, PUF, París, 1997.

-J. H. Newman, "Knowledge Viewed in relation to Learning" (Discurso VI), en *The Idea of University*, 1852.
(Consultado en:
http://www.newmanreader.org/works/idea/discourse6.html)

-C. Nisard, *Histoire des livres populaires et de la littérature de colportage*, Maisonneuve et Larose, París, 1968.

-S. Nora y A. Minc, *L´informatisation de la société*, La Documentation française et Le Seuil (colección "Politique-Points"), París, 1978.

-R. Ortiz, *A moderna tradição brasileira*: *Cultura brasileira e indústria cultural*, Ed. Brasiliense, Sao Paulo, 1988.

-R. Ortiz, *Mundializaçao e cultura*, Ed. Brasiliense. Sao Paulo, 1994.

-B. Pascal, *Pensées*, Éditions Gallimard, París, 1936.

-J. C. Passeron (dir.), *Richard Hoggart en France*, Centro Pompidou / BPL, París, 1999.

-M. Patton, *Qualitative Evalutaion Methods*, Sage, Beverly Hills, 1984.

-Platón, "Fedro" (274 E-275 B), en *Platón: El Banquete, Fedón y Fedro*,

Orbis, Barcelona, 1983.

-Platón, *Cratilo o Del lenguaje*, Trotta, Madrid, 2002.

-N. Postman, *Divertirse hasta morir: El discurso público en la era del "show business"*, Ediciones de la Tempestad, Barcelona, 1991.

-N. Postman, *Tecnópolis*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 1994.

-D. Poulot, *Question sociale: Le Sublime o le travailleur comme il est en 1870 et ce qu´il peut être*, Maspéro, París, 1980.

-J. P. Proudhon, *Des réformes à opérer dans la exploitation des chemins de fer, et de conséquences qui peuvent en résulter, soit pour l´augmentation du revenu des compagnies, soit pour l´abbaisement des prix de transports, l´organisation de l´industrie voiturière, et la consitution économique de la société*, Garnier Frères, París, 1855.

-J. Radway, *Reading the Romance. Women, Patriarchy and Popular Literature*, University of North California Press, California, 1984.

-I. Ramonet y N. Chomsky, *Cómo nos venden la moto*, Icaria, Barcelona, 1996.

-R. Reich, *El trabajo de las naciones*, Icaria, Barcelona, 1995.

-J.-P. Richard, *Poésie et profondeur,* Paris, Éditions du Seuil, 1955.

-D. Ronfeldt, J. Arquilla, G. Fuller y M. Fuller, *The Zapatista Social Netwar in Mexico*, Rand Corporation, Santa Mónica (California), 1998.

-J. Rousset, *Forme et signification,* Paris, Corti, 1962.

-J. Rubin, *DO IT! Scenarios of revolution*, Ballantine Books, Nueva York, 1970.

-R. Rucker, R. U. Sirius, and Queen Mu (eds.),. *Mondo 2000: a user's guide to the new edge*, Harper Collins, Nueva York, 1992.

-C. H. Saint-Simon, *Lettres d´un habitant de Genève à ses contemporains*, Alcan, París, 1925.

-C. H. Saint-Simon, *El sistema industrial*, Revista del trabajo, Madrid, 1975.

-C. H. Saint-Simon, *Catecismo político de los industriales*, Orbis, Barcelona, 1986.

-J.-P. Sartre, *Situations*, II, *Qu´est-ce que la littérature?*, Gallimard, París, 1948.

-A. Silva, *Punto de vista ciudadano. Focalización visual y puesta en escena del graffiti*, Instituto Caro y Cuervo, Bogotá, 1987.

-R. Stallman, *Software libre para una sociedad libre*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004.

-B. Sterling (ed.), *Mirrorshades. The Cyberpunk Anthology*, Ace, Nueva York, 1988.

-B. Stiegler, *El Tiempo y la Técnica*, Ediciones Hiru, Hondarribia, 2003.

-E. Suchman, "An invitation to Music. A study of the creation of new music listeners by the Radio", en en P. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio research*, 1941, Duell, Sloan and Pearce, Nueva York, 1941, pp. 140-188.

-P. Tacussel, *Mythologie des formes sociales. Balzac et les saint-simoniens ou le destin de la modernité*, Méridiens Klincksieck, París, 1995.

-F. W. Taylor, *Principles of Scientific Management*, Harper, Nueva

York, 1911.

-S. J. Taylor y R. Bogdan, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, Paidós, Barcelona, 1980.

-E. P. Thompson, *The Making of the English Working Class*, Victor Gollancz, Londres, 1963.

-E. P. Thompson, *Whigs and hunters. The origins of the Black Act*, Penguin, Londres, 1975.

-E. P. Thompson, *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979.

-A. Toffler, *La tercera ola*, Plaza y Janés, Barcelona, 1997.

-F. Turner, *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, The University of Chicago Press, Chicago, 2006.

-T. Tzara, *Siete manifiestos Dada*, Tusquets, Barcelona, 1987.

-UNCTAD, *The Digital Divide Report: ICT Diffusion Index 2005*, Nueva York y Ginebra, 10 de mayo de 2006.
(Consultado en:
http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=6994&intItemID=2068&lang=1&mode=downloads)

-P. Valéry, "Première leçon du cours de poétique", en *Œuvres*, t. I, Gallimard (La Pléiade), París, 1957.

-J. Vallee, *The Network Revolution: Confessions of a Computer Scientist*, And/Or Press, Berkeley, 1982.

-T. A. Van Dijk, *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*, Cátedra, Madrid, 1980.

-R. Vanegeim, *Traité de savoir-vivre à l´usage des jeunes générations*, Gallimard, París, 1967.

-J. Vidal-Beneyto, *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002.

-P. Virilio, *El cibermundo. La política de lo peor* (entrevista con Philippe Petit), Cátedra, Madrid, 1997.

-M. Wanamaker, "The First Studios", en *The Silents Majority*. (Consultado en: http://www.free-culture.cc/notes/12.pdf)

-P. Watzlawick, *How real is real? Confusion, disinformation, comunication*, Vintage Books, Nueva York, 1976.

-R. Williams, *Culture and Society*, Hogarth Press, Londres, 1993.

-R. Williams, *The Long Revolution,* Penguin, Harmondsworth, 1965.

-R. Williams, *Marxism and Literature*, Oxford University Press, Nueva York, 1977.

-E. Zamiatin, *Nosotros*, Sadrac Inanna, Buenos Aires, julio de 2001. (Consultado en: http://csa.no-ip.org/bibliopdf/Zamiatin,%20Yevgueni/Nosotros.PDF).

-AA.VV., *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004.

-AA.VV., *Desacuerdos 1*, Arteleku, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y UNIA-arteypensamiento, San Sebastián, Barcelona y Sevilla, 2004.

-AA.VV., *Modos de Hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Ed. Universidad de Salamanca, Salamanca, 2001.

-AA.VV., *´Patafísica (junto con Especulaciones de Alfred Jarry)*, Pepitas de Calabaza, Logroño, 2002.

b) Artículos

-Anónimo, "Panorama intelligent de l'avant-garde à la fin de 1955", en *Potlach*, nº 24, 1955.
(Consultado en:
http://www.larevuedesressources.org/article.php3?id_article=36)

-R. Amato, "`Abbiamos creato Serpica Naro in 7 giorni e con pochi soldi ´", en *La Reppublica*, 26 de febrero de 2005. (Consultado en:
http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli_e_cultura/modanoglobal/intervistaserpica/intervistaserpica.html)

-M. K. Anderson, "Bush Fire. Meet Zack Exley: computer consultant, online satirist, pain in the ass", en *Metroactive Silicon Valley´s Weekly Newspaper* 19-25 de agosto de 1999.
(Consultado en:
http://www.metroactive.com/papers/metro/08.19.99/cover/domains1-9933.html)

-M. Anteby, "La perruque en usine: approche d´une pratique marginale, illégale et fuyante", en *Sociologie du travail*, nº 45, Éditions scientifiques et médicales Elsevier, 2003, pp. 453-471.

-C. Antonini, "San Precario arriva sotto al Cupolone. Domani a Roma una giornata per i diritti", en *Liberazione*, 5 de noviembre de 2004.
(Consultado en:
http://liberazione04.rifondazione.co.uk/Notizie04/NM2217.htm)

-A. Arora, "Dueling Sites", en *Newsweek*, 26 de mayo de 1999.
(Consultado en:
http://rtmark.com/legacy/more/articles/bushnewsweek/19990526.html)

-ARTE, "Les anti-modes milanais", en *ARTE*, 21 de abril de 2005.
(Consultado en:
http://www.arte.tv/fr/art-musique/tracks/a-z/844938.html)

-B. Arthur, "Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events", en *Economic Journal*, vol. 99, nº 394, marzo de 1989, pp. 116-131.

-C. Bacon-Smith, "Spock among the Women", en *The New York Times Book Review*, 16 de noviembre de 1986.
(Consultado en:
http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F50713FD3A5E0C758DDDA80994DE484D81&n=Top%2fReference%2fTimes%20Topics%2fSubjects%2fS%2fScience%20Fiction)

-L. Baigorri, "GAME as CRITIC as ART. 2.0.", en Catálogo de la 17ª Exposición Audiovisual de la Facultad de Bellas Artes de Bilbao, Bilbao, diciembre de 2004, pp. 61-67.
(Consultado en: http://www.interzona.org/baigorri/textos/GAME.htm)

-J. P. Barlow, "Selling wine without bottles: The economy of mind on the Global Net", en *Wired*, nº 2.03, marzo de 1994, pp.84-97.
(Consultado en:
http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html)

-J. P. Barlow, "A Declaration of the Independence of Cyberspace", 8 de febrero de 1996.
(Consultada en: http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html)

-J. Baudrillard, "Kool Killer. Les graffiti de New York ou l´insurrection par les signes", en *Papers. Revista de Sociología*, nº 3, Barcelona, 1974, pp. 27-38.

-J. Baxter, "Internet hoax convincing enough to fool Alliance MP", en *National Post*, 25 de mayo de 2002.

(Consultado en:
http://www.rtmark.com/legacy/more/articles/yesgaustnationalpost20010226.html)

-BBC News, "Siesta gets rude awakening", 17 de marzo de 1999.
(Consultado en: http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/americas/298349.stm)

-R. J. Belton, "Words of Art: The C List", en *Words of Art. On-Line Glossary of Theory and Criticism for the Visual Arts*: http://people.ok.ubc.ca/creative/glossary/c_list.html.

-Billboard Liberation Front, "The Billboard Liberation Front Manifesto", http://www.billboardliberation.com/manifesto.html

-Billboard Liberation Front, "The Art & Science of Billboard Improvement: a comprehensive guide to the alteration of outdoor advertising", en *Processed World*, nº 25, Verano/Otoño de 1990, pp. 22-26.
(Consultado en: http://www.billboardliberation.com/guidebook.html)

-Billboard Liberation Front, "Joe Camel Special Communique", 26 de enero de 1996.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/deadyet/deadyet_pr_1.html)

-Billboard Liberation Front, "The Billboard Liberation Front `dot-comments´ on the New Economy", 20 de noviembre de 2000.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/invalid/invalid_pr_1.html)

-P. Bourdieu y J. C. Passeron, "Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues", en *Les Temps Modernes*, vol. XIX, nº 211, París, diciembre de 1963, pp. 998-1021.

-R. F. Bowman, “A Pac-Man theory of motivation. Tactical implications for classroom instruction”, en *Educational Technology*, vol. 22, nº 9,

1982.

-J. Boyle, “Foucault In Cyberspace: Surveillance, Sovereignty and Hard-Wired Censors”, en *University of Cincinnati Law Review*, vol. 66, nº 1, pp. 177-205.
(Consultado en: http://www.law.duke.edu/boylesite/foucault.htm).

-S. Brand, "Spacewar. Fanatic Life and Symbolic Death Among the Computer Bums", en *Rolling Stone*, 7 de diciembre de 1972.
(Consultado en:
http://www.wheels.org/spacewar/stone/rolling_stone.html)

-S. Brand, "We Owe It All to the Hippies", en *Time Magazine* (número especial "Welcome to Cyberspace"), vol. 145, nº 12, primavera de 1995.
(Consultado en: http://members.aye.net/~hippie/hippie/special_.htm)

-D. Brisset, "Política con recetas", en *Cambio 16*, nº 168, 3 de febrero de 1975, pp. 52-53.

-D. Brisset, "John Heartfield. L´inventeur maudit du photo-montage", en *L´Art Vivant*, nº 44, París, 1977.

-D. Brisset, "La dinámica del fotomontaje. Imágenes con voluntad de comunicación", en *Telos*, nº 47, Madrid, 1996, pp. 46-56.

-V. Bush, "As We May Think", en *The Atlantic Monthly*, julio de 1945.
(Consultado en: http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush)

-Business 2.0, "The 101 Dumbest Moments in Bussiness", en *Business 2.0*, abril de 2002.
(Consultado en:
http://money.cnn.com/magazines/business2/101dumbest)

-M. Castells, “Hablando de África”, en *El País*, 31 de julio de 2000.

-B. Celis y B. Sales, "Anuncios rotos. *Culture jammers*", en *El País de*

las Tentaciones, 1 de septiembre de 1998, pp. 20-21.

-Ciberpaís, "Los seguidores de `Star Trek´ producen nuevos capítulos que difunden en Internet", en *Ciberpaís*, 22 de junio de 2006.

-Corriere della Sera, "Alla Scala va in scena la protesta", en *Corriere della Sera*, 22 de febrero de 2005.
(Consultado en:
http://www.corriere.it/Primo_Piano/Cronache/2005/02_Febbraio/22/scala.shtml)

-G. Debord, "Introduction à une critique de la géographie urbaine", en *Les Lèvres nues*, nº 6, Bruselas, septiembre de 1955, pp. 11-15.
(Consultado en:
http://www.larevuedesressources.org/article.php3?id_article=33)

-G. Debord y G. J. Wolman, "Pourquoi le lettrisme", en *Potlach*, nº 22, septiembre de 1955.
(Consultado en:
http://le-singe.zone-mondiale.org/TXT/SITU/txt_lettrisme01.php)

-G. Debord y G. J. Wolman, " Mode d´emploi du détournement", en *Les Lèvres Nues*, nº 8, Bruselas, mayo de 1956, pp. 2-9.
(Consultado en:
http://sami.is.free.fr/Oeuvres/debord_wolman_mode_emploi_detournement.html)

-G. Debord, "Perspectives de modifications conscientes dans la vie quotidienne", en *International Situationniste*, nº6, París, agosto de 1961.
(Consultado en:
http://www.bootstrap.org/augdocs/friedewald030402/augmentinghumanintellect/ahi62index.html)

-P. Dennant, "Urban Expression... Urban Assault... Urban Wildstyle...New York City Graffiti", en *Artcrime/Online/Internet*, 1997, http://www.graffiti.org/faq/pamdennant.html

-M. Dery, "Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs", en *Open Magazine Pamphlet Series*, nº 25, Westfield, 1993.
(Consultado en: http://www.levity.com/markdery/culturjam.html)

-B. Drummond Ayres Jr., "A `Bush´ Web Site, Woven From Mischief", en *The New York Times*, 30 de mayo de 1999.
(Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/nytimesbushpol.html)

-J. Eighmey, J. y L. McCord, "Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the world-wide web", en *Journal of Business Research*, vol. 41, nº 3, Elsevier, Orlando, 1998, pp. 187-194.

-El País, "Riccardo Muti presenta su dimisión como director artístico de La Scala de Milán", en *El País*, 2 de abril de 2005.
(Consultado en:
http://www.elpais.es/articulo/cultura/Riccardo/Muti/presenta/dimision/director/artistico/Scala/Milan/elpporcul/20050402elpepucul_1/Tes)

-D. Engelbart, "Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework" (informe preparado para el Director de Ciencias de Información de la Oficina de Investigación Científica de las Fuerzas Aéreas), octubre de 1962.
(Consultado en:
http://www.bootstrap.org/augdocs/friedewald030402/augmentinghumanintellect/ahi62index.html)

-S. Ewen, "Interview/profile of social critic and historian Stuart Ewen" (entrevista con Mark Dery), en *Salon Webzine*, 4 de noviembre de 1996.
(Consultado en: http://www.levity.com/markdery/ewen.html)

-S. Ewen, "More Stuart Ewen" (entrevista con Darcy Cosper), en *Stay Free!*, nº 14, Nueva York, 1998.
(Consultado en:
http://www.stayfreemagazine.org/archives/14/ewenagain.html)

-R. Fairley Raney, “Bush Campaign Asks Government to Go After Critical Web Site”, en *The New York Times* 21 de mayo de 1999.
(Consultado en: http://rtmark.com/legacy/more/nytimesbush.html)

-B. J. Feder, "The Long and Winding Cyberhoax: Political Theater on the Web", en *The New York Times*, 7 de enero de 2001.
(Consultado en:
http://rtmark.com/legacy/more/articles/yesmennytimes20010107.html)

-L. Felsenstein, "How Community Memory Came to Be (Part 1)", en *Internaut*, 18 de enero de 1994: http://oldeee.see.ed.ac.uk/online/internaut/internaut-01/comm.html.

-D. Ferguson, y E. Perse, "The World Wide Web as a functional alternative to television", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 44, nº 2, Arizona State University, Arizona, 2000, pp. 155-174.

-Fiambrera Obrera, "Un poco de historia", 15 de noviembre de 2005, http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2005/11/15/un_poco_de_historia

-Fiambrera Obrera, "El uso de las TIC en educación. El ejemplo de `*Bordergames´*", 28 de noviembre de 2005,
http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2005/11/28/el_uso_delas_tic_en_educacionel_ejemplo_de_bordergames

-Fiambrera Obrera, "Historia de un niño marroquí en España", 27 de marzo de 2006,
http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2006/03/27/historia_de_un_nio_marroqu_en_espaa

-Fiambrera Obrera, "Bordergames: de la subalternidad a la autonomía", 2 de abril de 2006,
http://blog.sindominio.net/blog/bordergames/general/2006/04/02/borderg

ames_de_la_subalternidad_a_la_autonomia

-J. M. Fonalleras, "La evanescente 'Serpica Naro', beata de S. Precario, un gran suceso ", en *La Vanguardia*, 6 de marzo de 2005.
(Consultado en:
http://www.nodo50.org/reformaenserio/articulos/abril05/serpica.htm)

-Gale Group, "Ads under attack", en *Brandweek*, 10 de julio de 2000.
(Consultado en: http://www.findarticles.com/cf1/m0BDW/2841/64258853/p2/article.jhtml?term=)

-L. M. García, "Elitización: Propuesta en español para el término *gentrification*", en *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. VI, nº 332, Universidad de Barcelona, Barcelona, 5 de diciembre de 2001.
(Consultado en: http://www.ub.es/geocrit/b3w-332.htm)

-N. García-Canclini, "Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular", en *Revista Nueva Sociedad*, nº 71, Caracas, marzo-abril 1984.

-M. García Vega, "El teatro del oprimido y la red", 2005.
(Consultado en:
http://www.ehu.es/netart/alumnos/Garcia_Vega/tema.htm)

-A. Gattolin, "Serpica Naro: le hoax des précaires contre le système de la mode", en *Multitudes*, nº 25, verano de 2006.
(Consultado en: http://www.eurozine.com/articles/2006-07-31-gattolin1-fr.html#footNote2)

-T. Geoghegan, "By Any Other Name", en *The Harvard Crimson*, 24 de febrero de 1969.
(Consultado en: http://www.thecrimson.com/article.aspx?ref=494601)

-N. Gérôme, "Récompenses et hommages dans l´usine", en *Ethnologie française*, vol. 24, nº 4, PUF, París, pp. 551-562.

-M. Gilmer, "The controversy of race in Spike Lee´s Bamboozled", en Notcoming.com (revista electrónica), 2004: http://www.notcoming.com/features.php?id=9.

-Y. Gitman, "*Recontextualizing as a Creative Process*", 1997: http://www.lcc.gatech.edu/~herrington/WebSite/response/hyper/gt5342a

-A. Gonsalves, "'Star Trek' Spoof Gaining Internet Fame", en *TechWeb Technology News*, 5 de octubre de 2005, http://www.techweb.com/wire/ebiz/171203353

-J. González, "Frentes Culturales: culturas, mapas, poderes y luchas", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. 1, n° 3, Universidad de Colima, Mexico, 1987.

-J. M. Graetz, "The Origin of Spacewar", en *Creative Computing*, Nueva Jersey, 1981.
(Consultado en:
http://www.wheels.org/spacewar/creative/SpacewarOrigin.html)

-Grupo F9, "Jugar con el ordenador, también en la escuela", en *Cuadernos de Pedagogía*, nº 291, mayo de 2000, pp. 52-54.

-K. Hafner, "The Epic Saga of The Well", en *Wired*, número 5.05, mayo de 1997.
(Consultado en:
http://www.wired.com/wired/archive/5.05/ff_well_pr.html)

-S. Hall, "Codificación y descodificación en el discurso televisivo", en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 9, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, Madrid, 2004, pp. 210-236.

-L. Hernández Navarro, "El milagroso San Precario", en *La Jornada*, 14 de junio de 2005.

(Consultado en: http://www.jornada.unam.mx/2005/06/14/021a1pol.php)

-J. Hirsh, "Culture jamming. Democracy now", en *University of Toronto Varsity Online,* vol. 118, nº 21, Toronto, 11 de noviembre de 1997.
(Consultado en:
http://www.varsity.utoronto.ca/archives/118/nov11/feature/culture.html)

-P. Hollins, "Politics in games", ponencia presentada en el *Digiplay Seminar* de Londres el 28 de enero de 2005.
(Consultado en: http://les.man.ac.uk/cric/digi/presentations/hollins.ppt)

-B. Holmes, "Hieroglyphs of the future: Jacques Rancière and the Aesthetics of Equality", en *Cabinet Magazine*, nº 4, otoño de 2001.
(Consultado en:
http://www.cabinetmagazine.org/issues/4/Hieroglyphs.php)

-R. Huelsenbeck, "Dadaistisches Manifest", 1918.
(Consultado en:
http://www.peak.org/~dadaist/English/Graphics/dadamanifest.html)

-A. Huxley, "The Ultimate Revolution" (conferencia), 20 de marzo de 1962.
(Consultado en: http://www.libertythink.com/Huxleytranscript.txt)

-Infoinmigrantes, "Así viven los musulmanes de Lavapiés tras el 11-M", 18 de junio de 2004.
(Consultado en: http://www.infoinmigrantes.com/vivencias/asi-viven-los-musulmanes-de-lavapies-tras-el-11-m.html)

-Internationale Situationniste, "Définitions", en *Internationale Situationniste*, nº 1, París, 1 de junio de 1958.
(Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is1.htm)

-Internationale Situationniste, "Le détournement comme négation et comme prélude", en *Internationale Situationniste*, nº 3, París, diciembre de 1959.

(Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is3.htm)

-International Situationniste, "All the King´s Men", en *International Situationniste*, nº 8, París, enero de 1963.
(Consultado en: http://big.chez.com/debordiana/francais/is8.htm#all)

-G. Ivain, "Formulaire pour un urbanisme nouveau", en *Internationale Situationniste*, nº 1, París, 1 de junio de 1958.
(Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is1.htm)

-M. James, C. Wotring y E. Forrest, "An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact on other communication activities", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* vol. 39, nº 1, Arizona State University, Arizona, 1995, pp. 30-50.

-D. Janson, "TAKI 183 Spawns Pen Pals", en *New York Times*, Nueva York, 21 de julio de 1971.

-T. Jefferson, "Carta a Isaac Mcpherson Monticello", 13 de agosto de 1813.
(Consultado en:
http://www.temple.edu/lawschool/dpost/mcphersonletter.html)

-J. Jenson y S. de Castell, “Serious Play: Challenges of Educational Game Design” (conferencia presentada en el Encuentro Anual AERA de Nueva Orleans (Louisiana) de abril de 2002.
(Consultada en: http://www.yorku.ca/jjenson/papers/aera2002.htm)

-M. Kapor, "A Software Design Manifesto"
(Consultado en: http://hci.stanford.edu/bds/1-kapor.html)

-E. Katz, M. Gurevitch y H. Haas, "On the uses of the mass media for important things", en *American Sociological Review*, vol. 38, ASA, Washington D.C., 1973, pp. 164-181.

-H. Kriz, “Beating around the Bush”, en *Wired Magazine*, 21 de mayo de 1999.
(Consultado en:
http://wired-vig.wired.com/news/politics/0,1283,19815,00.html)

-L.A. Cacophony Society, "About Cacophony. A dialogue between the collective voices of reason and unreason", http://la.cacophony.org/CS_socrat.html

-La Reppublica, "Moda, i No Global svelano l´enigma: `Abiamo creato noi Serpica Naro´", en *La Reppublica*, 26 de febrero de 2005.
(Consultado en:
http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli_e_cultura/modanoglobal/modanoglobal/modanoglobal.html)

-M. Lazzarato, “La molteplicità nella dinamica economica”, en *Multitudes*, nº 2, Exils, París, mayo de 2000.
(Consultado en: http://multitudes.samizdat.net/La-molteplicita-nella-dinamica.html)

-K. Lee LaGrone, "The 90´s Minstrels", en *To the quick*, nº 1, Binghamton University, Nueva York, 1999.
(Consultado en:
http://to-the-quick.binghamton.edu/issue%201/minstrels.html)

-M. R. Lepper, “Microcomputers in education. Motivational and social issues”, en *American Psychologist*, nº 40, 1985.

-L. Lessig, "The Architecture of Innovation", en *Duke Law Journal*, nº 51, abril de 2002, pp. 1783-1801.

-J. C. R. Licklider, "Man-Computer Symbiosis", *IRE Transactions on Human Factors in Electronics*, volumen HFE-1, marzo de 1961, pp. 4-11.
(Consultado en:
http://groups.csail.mit.edu/medg/people/psz/Licklider.html)

-C. A. Lin, "Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption", en *Mass Communication and Society*, vol. 4, nº 1, AEJMC; Nueva York, 2001, pp. 19-38.

-G. Lovink y D. García, "The ABC of Tactical Media", primavera de 1997, http://www.waag.org/tmn/frabc.html

-G. Lovink y D. García, "The DEF of tactical media", 1999, http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9902/msg00104.html

-G. Lovink y D. García, "The GHI of Tactical Media", julio de 2001, http://www.uoc.edu/artnodes/eng/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html

-G. Lovink, "What is Tactical Media?", marzo de 2002, http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/definingTM_list.html#L

-K. Maddox, "E-commerce becomes reality", en *Advertising Age*, vol. 69, nº 42, Crain Communication, Chicago, 26 de octubre de 1998, p.1.

-L. Mansnerus, "Timothy Leary, Pied Piper Of Psychedelic 60's, Dies at 75" (obituario), en *New York Times Book Review*, 1 de junio de 1996. (Consultado en: http://www.nytimes.com/learning/general/onthisday/bday/1022.html)

-J. Martín-Barbero, "Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera" (entrevista con Ellen Spielmann), en *Dissens*, nº 3, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1996, pp. 47-53.

-A. Mathes, "*Active culture*", en *Dollarandsense*, nº 214, Boston, noviembre-diciembre de 1997. (Consultado en: http://www.dollarsandsense.org/issues/nov97/culture.html)

-J. McCarthy, M. L. Minsky, N. Rochester and C. E. Shannon, "A Proposal for the Darmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence", 31 de agosto de 1955.
(Consultado en:
http://www-formal.stanford.edu/jmc/history/dartmouth/dartmouth.html)

-E. Milanesi, "Cena con fuga en Veneto. Protagonista San Precario", en *Il Manifesto*, 2 de diciembre de 2004.
(Consultado en:
http://www.ilmanifesto.it/g8/dopogenova/41af4302570be.html)

-S. Molyneux, "Possibilities of e-learning", en *Learning Lab Journal*, vol. 4, nº 2, marzo 2005.

-C. Monsiváis, "Azcárraga Milmo y la "filosofía de Televisa", en *Proceso*, México D.F., 20 de abril de 1997.
(Consultado en: http://www.arzp.com/monsivais/televisa.html)

-C. Monsiváis, "Lectura y globalización: Elogio (innecesario) de los libros", en *Número*, nº 41, Bogotá, verano de 2004.
(Consultado en: http://www.revistanumero.com/41/41lect.htm)

-D. Morley, "So-called cultural studies. Dead-ends and reinvented wheels", en *Cultural Studies*, vol. 12, nº 4, octubre de 1998, pp. 476-497.

-J. Napier, "BLF Communique", 8 de mayo de 1989.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/shit/shit_letter.html)

-Negativland, "Fair Use", 1995, http://negativland.com/fairuse.html

-D. Nox, "Notes on culture jamming. Spectres of the Spectrum: A Culture Jammer´s Cinematic Call to Action", 2000: http://sniggle.net/Manifesti/notes.php.

-Z. Okan, “Edutainment: Is learning at risk?”, en *British Journal of*

Educational Technology, vol. 34, nº 3, 2003, pp. 255-264.

-K. Paredes, "Realizan sabotajes", en *Revista Frontera*, Tijuana (México) 14 de marzo de 2000,
(Consultado en:
http://www.rtmark.com/legacy/more/articles/frontera20000314.html)

-M. Peirano "Political games: Conciencia política online", en *Boletin de nuevas tecnologías Consumer*, enero de 2006.
(Consultado en:
http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2006/01/19/148727.php)

-R. Petrella, "Mundialización y tecnología", en *El País*, 30 de agosto de 2000.

-I. Pflicht, "Prolegomena to any future advertising", 15 de julio de 1989.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/kant/IRANT_letter.html)

-Preiswert Arbeitskollegen, "Nota biográfica", en *El Europeo*, nº 46, Madrid, verano de 1993.

-M. Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants", en *On the Horizon*, NCB University Press, vol. 9, nº 5, octubre de 2001, pp. 1-6.

-L. Prothers, "Culture jamming: An interview with Pedro Carvajal", en *Bad Subjects*, Nº 37, marzo de 1998.
(Consultado en:
http://eserver.org/BS/37/prothers.html%20http://eserver.org/BS/37/prothers.html)

-D. Pugh, "The Anti-War Movement at Stanford: 1966-1969", en *The Stanford Disorientation Guide*, Stanford, 14 de septiembre de 1999.
(Consultado en: http://seas.stanford.edu/diso/articles/antiwar.html).

-E. Pujals Gesalí, “Po-ética de la renuncia. Agustín Parejo School”, *Arena*, nº 3, Madrid, junio de 1989, pp. 60-67.

-J. Radway, "Reception Study: Ethnography and the Problems of Dispersed Audiences and Nomadic Subjects," en *Cultural Studies*, vol. 2, nº 3, 1988, pp. 359-376.

-E. S. Raymond, *The Cathedral and the Bazaar*, 1997.
(Consultado en: http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar)

-T. Redmond, "Free the Billboards!", en *San Francisco Bay Guardian*, 10 de enero de 1990.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/dontworry/dontworry_media_1.html)

-L. Reventós, "La SGAE reclama 'copyright' por la versión del 'Aserejé' sobre el 'Prestige'", en *El País*, 20 de marzo de 2003.
(Consultado en:
http://mipais2.elpais.es/articulo/elpportec/20030320elpcibenr_5/Tes)

-M. Riley y J. Riley, "A Sociological Approach to Mass Communication Research", en *Public Opinion Quarterly*, vol. 15, Oxford University Press, Oxford, 1951, pp. 444-450.

-E. Rothe, "La conquête de l´espace dans le temps du pouvoir", en *Internationale Situationniste*, nº 12, septiembre de 1969.
(Consultado en:http://sindominio.net/ash/is1207.htm)

-R. Rouse, "Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism", en *Diaspora*, vol. 1,. nº 1, primavera de 1991.

-®™ark, “Te lo pone a huevo” (traducción del guión del corto “Bringing IT to YOU!” de ®™ark),
http://www.rtmark.com/legacy/bityscriptsp.html.

-SAIL, "Take me, I´m yours. The autobiography of SAIL", 1991. (Consultado en: http://www-db.stanford.edu/pub/voy/museum/pictures/AIlab/SailFarewell.html)

-S. Silbermann, “Boy 'Bimbos' Too Much for Game-Maker Maxis”, en *Wired Magazine*, 3 de diciembre de 1996.
(Consultado en:
http://wired-vig.wired.com/news/print/0,1294,775,00.html)

-J. Skaggs, "Artist´s Manifesto", 1997,
http://www.joeyskaggs.com/html/manif/index.html

-M. Soar, “The politics of Culture Jamming: Adbusters on the Web and in Print”, en *M/C Reviews*, Queensland (Australia), 12 de abril de 2000.
(Consultado en:
http://reviews.media-culture.org.au/sections.php?op=viewarticle&artid=56)

-E. Soloway, “No one is making money in educational software”, en *Communications of the ACM*, vol. 42, nº 2, febrero de 1998, pp. 11-15.

-J. Starobinski, "Enquête sur la méthode critique", en *Les Lettres nouvelles,* nº 17, 24 de junio de 1959.

-H. D. Steffan, "Tres criterios para definir una economía socialista", en *Utopía y Praxis Latinoamericana.* año 8, nº 20, Universidad de Zulia (Venezuela), enero de 2003, pp. 117-132.

-T. Tietchen, “Language out of Language: Excavating the Roots of Culture Jamming and Postmodern Activism from William S. Burroughs”, en *Discourse*, vol. 23, nº 3, Wayne State University Press, Detroit, otoño 2001, pp. 107-129.

-J. Townsend, "A Disssertation on the Poor Laws by a Well-Wisher to Mankind", 1786.

(Consultado en:
http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/townsend/poorlaw.html)

-J. Travis, "Take 5", en *San Francisco Examiner*, 9 de octubre de 1978.
(Consultado en:
http://www.billboardliberation.com/images/turk/turk_media_1.html)

-H. Tuttle, "Happy New Year, America", 10 de enero de 1990, http://www.billboardliberation.com/dontworry.html

-J. Useem, "Will the Real WTO Please Stand Up?", en *Fortune Magazine*, 21 de enero de 2002.
(Consultado en:
http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2002/01/21/316581/index.htm)

-R. Viénet, "Les situationnistes et les nouvelles formes d´action contre la politique et l´art", en *Internationale Situationniste*, nº 11, París, octubre de 1967.
(Consultado en: http://www.chez.com/debordiana/francais/is11.htm)

-C. R. Wright, "Functional Analysis and Mass Communication", en *Public Opinion Quarterly*, University of Princeton, New Jersey, 1960, vol. 24, nº 4, pp. 605-620.

-WTO, "WTO DG Moore deplores fake WTO websites: They `undermine WTO transparency´", 23 de noviembre de 1999.
(Consultado en:
http://www.wto.org/english/news_e/pres99_e/pr151_e.htm)

-Yankelovich Partners, "Cybercitizen: A profile of online users", en *The Yankelovich Cybercitizen Report*, Birmingham (Alabama), 10 de octubre de 1995.

-Zemos´98, "Telepiés: El medioactivismo de a pie", en *Forward*,

septiembre de 2004,
http://www.zemos98.org/spip/article.php3?id_article=39

-AA.VV., "Autores, creación, derechos (2)", en *Málaga Hoy*, 10 de junio de 2006.
(Consultado en: http://rizoma.org/espaciopublico/?q=node/331)

c) Páginas web consultadas

Billboard Liberation Front: http://www.billboardliberation.com

Archivo *web* de la Universidad de Towson acerca de John Heartfield: http://www.towson.edu/heartfield/artarchive.html

Página *web* del colectivo *Brasscheck* acerca de los fotomontajes de John Heartfield contra Hitler: http://brasscheck.com/heartfield/

Archivo *web* de la Universidad de Stanford del proyecto "*Discovering Sherlock Holmes*":
http://sherlockholmes.stanford.edu/print_biography.html

-*The Yes Men*: http://www.theyesmen.org

-Videojuego "*Bordergames*-Lavapiés":

http://sindominio.net/fiambrera/bordergames

http://www.bordergames.org

http://www.underash.net/en_download.htm

http://www.presidentforaday.org

-San Precario:

http://www.chainworkers.org

-Serpica Naro:

http://www.serpicanaro.com

ANEXO 1

ANEXO 1

Transcripción de la entrevista con Dimitri y Omar, creadores del videojuego "Bordergames", mantenida los días 11 y 12 de marzo de 2006

FLORENCIO (F): Para empezar, me gustaría que contarais un poco cuál fue el origen de "*Bordergames*-Lavapiés" y cuál es la trayectoria de trabajo que lleváis desde entonces con él.

DIMITRI (D): "*Bordergames*" lleva ya casi dos años y medio de trabajo, aunque lo que es el primer prototipo y el primer videojuego, que es el de Lavapiés, se terminó de editar a finales de octubre del año pasado. Antes de esto diseñamos hace dos años un video de presentación que es la cortina que va con el videojuego, donde se representan los personajes y el barrio de Lavapiés. En el video el personaje principal es Said, que es un educador, un mediador social de Lavapiés que trabaja en la casa de acogida con la que contactamos y que realiza la presentación en árabe. [Omar inicia la traducción, pero no puede seguir la velocidad de las palabras de Said, así que Dimitri rebusca entre las carpetas de su portátil hasta que encuentra la correspondiente traducción al castellano] Sería algo así:

"Hola, chavales, bienvenidos a Lavapiés. Este es un barrio muy especial de Madrid. Vamos a dar una vuelta. Estad muy atentos porque hay muchísimos peligros en 3D que os pueden dañar. Este barrio está lleno de historias: Algunas son tan desternillantes que os harán reiros hasta la médula y otras dan tanta pena que nos harán sollozar y deprimirnos. Pero incluso en esta realidad todo esto es un juego. Las historias son tan reales como la gente que vive en este barrio. Esto significa que nosotros tendremos que contar nuestras propias historias y cómo para nosotros España no significa ese `paraíso´ que la gente siempre piensa que existe. Tómate tu tiempo, tómate un buen tiempo e

intenta inventarte tu propia versión de este juego, intenta hacer un juego virtual que sea incluso más real que lo que los políticos e instituciones dicen. Seguro que no será muy difícil."

Este es un texto que en su época tanto nosotros en la Fiambrera como en el grupo de chavales con los que trabajamos hace dos años en Lavapiés decidimos poner...

F: ¿Este trabajo es el que comenzastéis en los talleres de la Casa Encendida en otoño de 2003?

D: Sí, este trabajo fue el primero que se hizo en la Casa Encendida hace dos años y medio. Entonces hicimos una especie de medio instalación porque fue la primera vez que pudimos conseguir fondos para el proyecto. Entonces decidimos ponernos primero en contacto con la casa de acogida de Lavapiés, donde por ejemplo ya estaba Omar, y con Said, que es la persona que presenta el videojuego.

Con ese dinero se hizo la primera cortina y se eligió lo que fue la plaza en sí, y se reprodujo la plaza entera en 3D, y además se eligieron ya a los personajes con los que ibas a interactuar durante el videojuego. Entonces durante casi un mes estuvimos haciendo talleres con chavales inmigrantes marroquíes, con los cuales dialogamos acerca de cuál era la realidad de Lavapiés y normalmente cuáles eran las diferentes realidades con las que se encontraban cuando ellos acababan de cruzar la frontera y llegaban a Madrid.

Entonces de ahí sacamos como cuatro grandes bloques o cuatro grandes personajes, que son el educador o mediador, la policía, un grupo de obreros o trabajadores y un personaje así un poco nefasto, extraño, que les ofrece papeles pero no saben por qué. Digamos que esos cuatro primeros personajes, esos cuatro primeros itinerarios los eligieron los chavales a partir de talleres. Así que te vamos a enseñar ahora cómo fue el proceso de digitalización de esos cuatro personajes para que te des cuenta de cómo fue el proyecto, de cómo iba...

Aquí tienes por ejemplo cómo se ha reproducido uno de los personajes, que es Said. La idea principal era que todos los personajes que se sacasen del videojuego fueran personajes reales que estuviesen en la plaza de Lavapiés y que la gente se pudiese realmente identificar con ellos. Entonces una de las cosas que hicimos con los chavales en la primera parte, que fue la de la Casa Encendida, fue salir a buscar personajes, pedimos permiso y, a partir de ahí, reproducirlos. Entonces para reproducir un personaje lo que se hace es que se le desmantela en partes con sus texturas, y a partir de esas partes con un programa que es de *freeware* se le pega un esqueleto...

F: ¿Y de qué edad eran los chavales? Porque los que había allí eran jovencillos.

OMAR (O): Bueno, vamos a hablar sobre el taller, cómo fue lo de "*Bordergames*". El primer día somos ochos personas, casi todos son marroquíes y la mayoría viven en el centro de acogida y no tienen ni familia ni nada aquí. Nos reunimos en la plaza de España, ahí tenemos un local. El primer día jugamos al "*Monkey Island*", que es un videojuego que se parece al de "*Bordergames*". Jugamos ahí, casi dos días estamos jugando para que los chavales entiendan qué vamos a crear, ¿sabes lo que te quiero decir?

Y cada uno juega y después la Fiambrera Obrera está diciendo para nosotros que vamos a crear un videojuego y que "queremos saber todas las historias de ustedes y tenéis que sacar la historia de cómo ha venido" y cada uno saca la historia de él, cómo ha venido. Yo he venido abajo de un camión, la otra dice que ha venido encima de una patera, cada uno saca la historia. Por ejemplo, a mí me preguntaban muchas veces, "Omar, ¿a ti muchas veces ha pegado la policía?" Y yo decía: "Claro, muchas veces. Además en la plaza de Lavapiés, ahí, y viene la policía y me dice: `Omar, a ver. A ver, chaval, saca la documentación. A ver, ¿qué llevas encima? ¿Llevas cuchillo? ¿Llevas hachís o algo?´". "Pues ahí, ahí tienes que hacer una respuesta para la policía, ahí es de donde se crea el videojuego, de la realidad".

Y todos esos personajes que estás viendo ahí, en el videojuego, el educador... son personajes que están siempre ahí en la plaza. Ahí tienes a la mujer que lleva el cubo de la basura, también es muy conocida en Lavapiés, que está siempre andando por ahí por la mañana. Y una niña también, que es muy pequeña y que también sale de la casa y la llevan al colegio. Todos son personajes reales que siempre están ahí, en la plaza. Y además el chaval inmigrante niño también es real, soy yo o también los otras siete personas que estamos todos siempre en la plaza y sufren cada día un poco...

F: ¿Qué edad tienen los chavales?

D: Los chavales tienen entre nueve y doce años.

O: Nueve y doce años.

D.: Se hicieron dos talleres diferentes, ¿vale? Uno de ellos fue el primero para la Casa Encendida, que es cuando se originó el proyecto, que es con el que se consiguió hacer todo lo que es la recreación del escenario en 3D, el video de introducción y la recreación de los personajes digitales. Entonces tuvimos que parar por falta de presupuesto y porque no había una estructura que nos diese una continuidad y el año pasado [por 2005] ya el MediaLab del Centro Cultural Conde Duque retomó el proyecto porque les interesaba mucho el uso de *freeware* y de nuevas tecnologías, y sobre todo el uso que se podía tener como un taller que no sólo simplemente fuese para hacer un videojuego, sino que se suponía que también era un proceso para educar a chavales, como por ejemplo Abdullah, a trabajar con nuevas tecnologías y a que ellos mismos fuesen los autores del videojuego.

Con el primer taller, así, se construyó el escenario y para nosotros en la Fiambrera Obrera era muy importante elegir Lavapiés porque Lavapiés es una de las plazas que ahora mismo, digamos entre comillas, peor fama tiene de Madrid, entonces se supone que hay muchísimos conflictos. De hecho, cuando estuvimos en Berlín presentando el "*Bordergames*", hubo una batalla campal en Lavapiés

porque a un inmigrante le estaban dando de palos unos policías y una persona fue a ayudarlo en su socorro y a esta persona se la han llevado a comisaría, y en nuestro *weblog* ahora mismo hay una propuesta para hacer un taller con la gente de LaDinamo y otra gente sobre cómo poder recuperar los derechos cívicos y qué hay que hacer en caso de que por ejemplo venga un policía y cuando un día yo también quiera ayudar a un inmigrante me den también de palos y me lleven también con la grillera la policía a comisaría.

Entonces lo que hicimos con los chavales fue situarles sobre este escenario de Lavapiés y sobre este escenario preguntarles: "(*Inaudible*) Tú ahora mismo has cruzado la frontera y has tenido ya la experiencia real de ser un inmigrante que acaba de llegar a Madrid, ¿qué personaje te encuentras y por qué te encuentras estos personajes y cómo reaccionas con ellos?". Y entonces a partir de lo que estaba contando Omar, que son talleres de historia oral, lo que vamos haciendo con los chavales es reconstruir los diferentes diálogos y las diferentes posibilidades que hay cuando yo me encuentro con un personaje.

Entonces la idea es que cuando yo por ejemplo vaya con el botón derecho, como en el "*Monkey Island*", a... y vaya hacia lo que es el policía, en este momento tengo la posibilidad de hablar con el policía. Todo lo que está construyéndose aquí, excepto el escenario, que lo hicimos con un grupo de arquitectos, pero que los chavales también intervinieron sobre él, todas las cámaras, todos los personajes y, sobre todo, lo que es más importante, el diálogo y la reconstrucción de esta conversación parte de talleres con los chavales, de tal forma que nosotros en ningún momento regulamos qué va a salir en las conversaciones. Lo que significa es que los diálogos van a ser de alguna forma *multiple choice*, van a ser múltiples elecciones y dependiendo de lo que digamos o no con los policías, en este caso, en esta situación de encuentro, sucederá una cosa importante para lo que es el videojuego. Entonces si yo hablo a la policía, entonces me dicen: "Buenos días, chaval. ¿Me puedes dejar tus papeles?". Y entonces hay diversas opciones multijuego. Estas opciones son las que surgieron en los talleres con los chavales y siempre pensando que era una realidad concreta. Entonces

Omar te puede explicar un poco por qué les puedes decir que no les importa o que estás en un piso para menores

O: Sí, es que para la mayoría de la policía la primera cosa, como estoy diciendo antes, es preguntarte: "A ver, ¿tienes algún documento para saber de dónde eres?". Es que la mayoría de los marroquíes ahí hacen cosas peores y cuando les pilla la policía dicen: "Soy argelino, soy de Egipto, soy de otra cosa. No llevo ningún papel". De ahí que para la policía la primera cosa es: "Déjame mirar la documentación. Tú eres marroquí. Bueno, saca lo que llevas encima", ¿sabes? Es que la plaza de Lavapiés la mayoría de los marroquíes ahí venden porros, venden drogas, mafia... Todas las cosas están en esta plaza que estás viendo ahora. A mí también muchas veces me ha pegado también la policía, a mi amigo también y la policía siempre está en este sitio en donde están ahora en el videojuego y cualquier español, cualquier inmigrante, cualquier gente, en cuanto se salga de la boca del metro encuentra a la policía. Es la primera cosa, buscan cualquier cosa para...

D: Entonces lo interesante de estos talleres con los chavales es que nuestro papel no es tanto dictaminar qué va a suceder en el videojuego o poner nuestro punto de vista, sino al revés: Dejar que haya cuantos más puntos de vista, mejor, y que todo tenga un nivel de complejidad muy profundo hasta que de alguna forma se revierta en que ser inmigrante en España, o en Europa, es una complejidad que va mucho más allá de simplemente querer un trabajo o simplemente ser del sur, ser africano o europeo.

Entonces con todos estos diálogos lo que queremos hacer es que sea una herramienta de comunicación o de difusión de realidades diferentes que están sucediendo y, en este caso concreto, estamos hablando de España, Lavapiés, Madrid.

Lo que es interesante también es que con el videojuego también podemos ver a Said, el "ducador", que es el nombre que ellos [los chavales] utilizan para referirse a él, pues con el "ducador" también

empieza un diálogo muy peculiar en el sentido de qué es lo que sucede cuando yo llego y me encuentro con el "ducador". Sobre todo, lo que era muy interesante era la postura de Tarik, porque Tarik aquí mismo está autorrepresentándose y entonces en el diálogo tiene que cumplir su papel o su "rol" social y él tiene que decir las cosas que legalmente, por las leyes de inmigración, tienen que seguir en el barrio de Lavapiés cuando encuentran a un chaval que no tiene D.N.I. o que no tiene otro tipo de identificación.

O: Sí, porque el "ducador" tiene que llevarlo a un centro de acogida donde el chaval pueda dormir, tiene que hacer un contacto con la familia en Marruecos. Si tiene algunos problemas, tiene que ayudarlo en la comisaría y tiene que coger al chaval para que no viva en la calle.

D: Entonces cuando se inicia el diálogo, él dice: "Eh, ¿de dónde vienes? ¿cuál es tu nombre?". Y entonces tenemos varias opciones, donde lo que es interesante es que estas opciones no han sido sacadas por Omar, que realmente fue el autor de este videojuego, sino que surgen de talleres donde los chavales van discutiendo qué significa, como en la vida real, tomar una opción u otra y decir mi nombre real y mi procedencia al educador y qué es lo que sucederá. Entonces si le dices la verdad, o la medio verdad, mi nombre es Omar y vengo del Rif, un gran lugar. Y él [el "ducador"] dice: "¡Ah! Es un lugar muy bonito. Pronto te llevaré a una familia que está cerca del Rif". Es decir, en ese momento el "ducador" le ofrece la posibilidad de integración o de vuelta. Y él [el chaval] le dice: "No, no, yo paso de irme con mi familia. Yo prefiero estar aquí, hacer mis negocios, empezar a tener dinero". Aquí vemos que, ante la opción de volverse a Marruecos, el chaval dice: "Yo lo que quiero es tener dinero".

Entonces a nosotros lo que nos interesa es un poco romper con todas estas visiones que hay tan binarias sobre lo que significa la migración y sobre lo que significa que la gente esté integrada o no. Lo que sucede en este caso es que el videojuego te dice: "El educador ha cogido tus datos y tu nombre y realmente vas a ser deportado a Marruecos en dos semanas", que son casos reales que están sucediendo

en Lavapiés, y dice: "Esto es lo que sucede cuando siempre juegas a hacer el rol de chico bueno. Terminaste. Has perdido". Y entonces se supone que has perdido un "*Bordergames*".

Lo interesante de "*Bordergames*" no es tanto ganar o perder, sino entender y organizarse en todas las diferentes situaciones que se van dando y en todas las posibilidades que va dando el hablar con personajes reales. Entonces, cuando nosotros perdemos, pues lógicamente tenemos que de alguna forma volver a empezar el videojuego, empezando a contactar con otras personas.

Lo que es interesante de cuando hicimos los talleres no sólo fue el nivel que pudimos conseguir, por presupuesto, de conseguir un escenario muy real, sino el nivel que después tuvieron los chavales de reapropiación del escenario, es decir, el nivel de significado que fue para ellos el darse cuenta de que realmente se trataba de Lavapiés, y que no iba a ser una especie de Mario Bros. cachondo, sino que iba a ser una cosa que de alguna forma iba a tener un nivel de complejidad y realidad mayor y sobre todo que pudiesen identificar los sitios, los sitios, las esquinas donde ellos normalmente se encuentran con gente y las personas que hay alrededor. Además de todo eso, uno de los talleres también que se hizo fue el de captar elementos del espacio urbano con los chavales como pueden ser las marcas de los supermercados y hacer talleres de fotografía digital para que ellos aprendiesen cómo hacerlo y cómo incluirlo en el taller.

Por lo tanto, "*Bordergames*" es un taller que es muy abierto, es más una plataforma, que no supone simplemente hacer un taller de historia oral, sino también supone hacer un taller sobre fotografía digital, sobre programación y para nosotros es un arma muy importante precisamente por eso.

F: Pero, ¿se pueden modificar los diálogos? Si a un chaval se le ocurre que una frase no le gusta y quiere incluir otra, ¿se puede hacer con el *software* que utilizáis?

D: Eso es muy interesante porque permite introducir por qué realmente el "*Bordergames*" es *freeware* más allá de que hayamos creado el "*Bordergames*" como producto final y digamos que es un videojuego que es documental. Lo interesante es que se ha podido crear con el "*Bordergames*" un editor que ha hecho un programador y que viene a ser una mezcla entre un Adobe Photoshop y un Premiere. Con el editor tú puedes crear cualquier "*Bordergames*" en cualquier localización del mundo y puedes hacerlo tú con tus propios escenarios, con tus propios personajes y con tu propia interacción y esto sí que es un *software* libre. Entonces cuando tú coges el editor, lo que tienes que hacer siempre es abrir un proyecto y después abrir un escenario. El escenario se supone que es lo que se ha creado en un momento dado con un programa de arquitectura que es el 3D-Max, pero se puede hacer con otros programas gráficos, es el que nos da el soporte, la base para nosotros localizar después geográficamente dónde va a suceder el "*Bordergames*". Hemos intentado de alguna forma, dialogando y negociando con el programador, que este *software* sea lo más parecido al *software* que habitualmente manejan estos chavales para que rápidamente se pudiera ir trabajando. Con el *software* tú puedes modificar todos los personajes, todos los diálogos y todas las cámaras que hay.

F: ¿De qué manera?

D: Pues mira, esta es la reconstrucción del escenario, que está hecha con cámaras, hay 45 cámaras, porque lo que es interesante no es que sólo los chavales cuando estén trabajando en "*Bordergames*" están haciendo los diálogos, sino que a la misma vez están dirigiendo las cámaras y en qué momento quiere que el personaje, cuando se mueve por el escenario o interactúa, ponga una cámara u otra. De esta forma, cuando el inmigrante acaba de salir de la estación de metro y se encuentra a la policía, digamos que se elige una cámara más baja y se elige más baja para que en ese momento haya un nivel de representación que sea un contrapicado y parezca que la policía es más grande y a ti te pille de espaldas. Entonces constantemente se está negociando en todo momento con los chavales y con el grupo que se trabaja problemas de

representación y de autorrepresentación y cómo esto se quiere transmitir o representar a un tercero que es el que va a interactuar con el "*Bordergames*".

F: ¿Y qué hay del escenario? ¿También se puede modificar?

D: Sí, verás. Entonces el "*Bordergames*" se basa en un escenario que es geométrico, es decir, nosotros partimos de unas geometrías puras, que son los volúmenes, y sobre esos volúmenes se van pegando las fachadas. Por lo tanto, también se pueden hacer talleres de fotografía y reapropiarse del entorno e ir cogiendo las fachadas y el mobiliario urbano. El mobiliario urbano es, por ejemplo, el quiosco y otras zonas que se captaron en talleres con los chavales para salir sobre el mismo Lavapiés con cámaras digitales y que ellos viesen la forma que tenían de poder intervenir en el "*Bordergames*".

O: Y, por ejemplo, con este editor del videojuego puedes crear un videojuego de Málaga. En la plaza esa [señala a la calle], sales y, por ejemplo, haces fotos a las fachadas y si sabes colocar bien las cámaras, vas a crear rápidamente un videojuego de Málaga.

F: ¿Eso es posible?

O: Claro. El otro día fuimos a Berlín, donde teníamos una presentación en una feria. Entonces hicimos fotos de la calle y montamos un videojuego de Berlín muy rápidamente y entonces viene la gente, juega y dice: "¡Ah! También tenéis un videojuego de Berlín" y nosotros decimos: "¡Qué va! Si lo acabamos de hacer".

F: ¿Entonces el editor no resultará muy complicado de manejar? ¿Podrías explicar cómo lo habéis diseñado y qué tipo de *libertades* concede al usuario?

D: Te explico cómo funciona. Lo que tenemos aquí con estos tres iconos es, por una parte, los recorridos; otros son los personajes y otros son las acciones. Con estos tres iconos se configura prácticamente

todo el "*Bordergames*".

Con los recorridos, los iconos azules se conjuntan y se unen, de tal forma que yo puedo hacer que el personaje, cuando pasa por un lado o por el otro, con el botón derecho vaya teniendo diversas acciones y vaya interactuando con quien yo quiera. A la vez hay siempre debajo de cada personaje un botoncito azul, que es el de su propio comportamiento. Quiere decir que yo entro a dialogar con el personaje, pero además también puedo elegir la postura o cómo quiero que ese personaje en ese momento se ponga cuando mi personaje entra en contacto con él. También cada personaje con este botón se puede mover, se puede cambiar su situación y podemos elegir las cámaras con las que se va trabajando.

Aparte, dentro de la base de datos está lo que se llama la "*stream data base*", que alberga todos los comportamientos y todos los datos de los que va surgiendo el "*Bordergames*". Esto quiere decir que hay un momento en que yo me puedo meter en los eventos de habla, que son interactivos, y en esos eventos tengo el habla del primer encuentro, que es con la policía, y tengo 0.1, 0.2, 0.3, 0.4. Entonces esas hablas yo puedo, simplemente con botón derecho, abrirlas, modificarlas y se vuelve a recargar todo en el "*Bordergames*" y él lo vuelve a grabar. De esta forma, una conversación con un policía, si yo manejo mi editor sólo con los *scripts*, podría cambiarla y podría cambiar todo el diálogo, siempre que sepa que el 0.1 y el 0.2 son los que me llevan a un punto y el 0.3 y 0.4 son los que me llevan a otro punto.

Esto fue lo más difícil a nivel tecnológico, que es conceptual, de articular con los chavales porque cuando tienes un *multiple choice* es como un árbol, ¿no? Y se te van abriendo diversas opciones, entonces lo que era complicado era que creamos al final un esquema fijo para que en el *script* (después en el diálogo no sucede así) siempre las dos primeras sean algo malo, y las dos segundas, algo bueno, de tal forma que te sea muy fácil ir modificándolo.

Igual que se puede hacer [con el diálogo] con la policía, se

puede hacer con cualquier personaje, pero lo que es interesante es que una vez que se maneja también lo que es la construcción de cada personaje, es decir, como se digitaliza y como su esqueleto se pone en 3D puedes cambiar las texturas de cada personaje. Entonces yo puedo coger estos obreros y ponerlos como si fueran guardias de seguridad, mujeres, o ponerlos como si fuesen otros inmigrantes y cambiarles todo el diálogo. Entonces estoy metiendo otra condición muy diferente en el "*Bordergames*" que es bastante fácil interactuar con el editor.

Aparte, el editor cada "*Bordergames*" que hace ocupa muy poco, ocupa 100 MB y se puede bajar del eMule porque lo que hace es que no tira de imágenes de 3D, sino que las imágenes de 3D las renderiza y las transforma en una especie de formato .jpg, que es muy pequeño. Por lo tanto, también hay otro nivel de interacción que es, una vez que tengo los formatos de .jpg, que, digamos, sería cada cámara donde estoy interactuando, con un programa de diseño gráfico podría también, incluso cortando y pegando simplemente, cambiar esos escenarios e ir poniéndolos, siempre que me dé cuenta de que no son objetos reales (porque esto realmente, digamos, que el personaje pasa por delante o por detrás), pero eso significa que si yo tengo una cámara que está mirando desde un lado y un diálogo que está en otro lado, toda esa escenificación, con un editor y con ese .jpg, que es bidimensional y que es del que el videojuego tira, podría cambiar toda la fachada y podría poner otra nueva, o podría poner guiños y gestos que fuesen con otro tipo de intención. Con lo cual se puede cambiar el tiempo, las condiciones atmosféricas, poner *graffitis*, poner de todo.

Digamos que al mismo tiempo lo que produce "*Bordergames*", que es muy interesante dentro del proyecto, es que la plataforma que nos da el editor, es que se pueden hacer múltiples actividades con chavales, con inmigrantes, y cada actividad que se haga el videojuego, el editor, la puede grabar como otra versión y, por tanto, estás generando una versión nueva de otra versión de otra versión de otra versión, de tal forma que siempre es un proceso continuo de deconstrucción de lo que es, no simplemente el escenario de Lavapiés, sino también del primer "*Bordergames*", del que es entre comillas el "original", por decirlo de

alguna forma, que es el que nosotros hemos creado. Lo que realmente nos interesa a nosotros, mucho más que la gente interactúe con el "*Bordergames*" como un producto final, como un videojuego, es que se pueda ir adaptando a diferentes realidades y se pueda ir transformando.

F: Entonces, lo que sí dices es que hay una especie de... O sea, que están los puntos de partida y están los finales, siempre hay una especie de *simplificación* en eso para que sea la acción la que se modifique. O sea, que al final te cae el ladrillo de cualquier forma, pero aprendes que también...

D: Sí, el ladrillo te cae, al final siempre te cae y te puede caer para lo bueno o para lo malo. Esa es la gracia. Porque realmente nosotros estamos en contra, esto ya es más dentro de la mentalidad de la Fiambrera, de lo que es la mentalidad de los videojuegos, ¿no? De ganar, de tener más puntos, de siempre tener una finalidad, etc. Y lo que se negoció mucho eran los finales y, así, por ejemplo, hay un final que te integras y hay un señor por aquí de blanco que te da papeles, pero cuando te integras te dice: "¡Hala! Bienvenido a Europa: Vas a tener un sueldo precario, vas a estar cuarenta años trabajando y no vas a tener al final ni seguridad social ni nada". Entonces realmente al final no es que haya un "final feliz", y esta fue una cosa que siempre sucedía en las negociaciones...

F: Entonces los finales no se modifican tanto como las acciones, como en "South Park", que sabes que van a matar a Kenny, pero la cosa es *cómo*.

D: Si, pero tú también puedes modificar los finales porque cuando te sale el ladrillo y te cae, a lo mejor en ese momento también esa acción la podrías quitar para que fuese... que salvas a lo mejor al personaje o el diálogo. O puedes hacer que en vez de que caiga un ladrillo, puedes hacer que salga cualquier cosa y el mismo diálogo de texto que te sale, modificarlo.

O sea, realmente se puede modificar sobre el videojuego todo,

incluso la música, que es una cosa que ya en Berlín probamos, a meter música, por ejemplo, de hip-hop, etc. Y lo que estamos intentando ver ahora es que si por cada encuentro y por cada zona que pase podría ir una archivo diferente de .winamp para que se cambiase la música, porque daría lugar a que a lo mejor se puede hacer simplemente un taller de música para que la gente cree la banda sonora del "*Bordergames*". Entonces realmente lo interesante del "*Bordergames*" es que de alguna forma tiene una mentalidad copyleft, aunque no sea *software* libre 100%, que somos conscientes de ello, porque lo que estamos haciendo es generando con el *software* un producto que cualquier persona lo puede cambiar, tergiversar y puede de alguna forma ampliarlo y extenderlo donde quiera.

F: Realmente vuestro proyecto explota plenamente lo que en esa "mentalidad copyleft" hay de rico potencial pedagógico, porque habláis de un aprendizaje colaborativo, participativo, interactivo, y todo ello aprovechándose o *reapropiándose*, como vosotros decís, de las nuevas tecnologías.

D: Sí, nosotros lo que estamos haciendo ahora con el "*Bordergames*" es venderlo como un proyecto de investigación-acción-participativa y me explico: Tenemos ya dos propuestas, que están en la *weblog*, para hacer el "*Bordergames*" tanto en Figueras como en Berlín. En ambos lugares, de forma paralela a como lo hemos hecho en Madrid, en Lavapiés, antes que buscar, digamos, un grupo de inmigrantes con los que trabajar directamente, lo que vamos intentar hacer es al revés, un nuevo "*Bordergames*" en una nueva situación (en Figueras va a ser el 12, 13 y 14 de abril, y también las dos primeras semanas de mayo en el barrio turco de Berlín). Lo que intentaremos es colaborar con dos instituciones diferentes que digamos que van a crear el escenario 3D, y, sobre ese escenario 3D, nosotros vamos a hacer talleres tanto con educadores sociales como con chavales para enseñarles cómo se puede trabajar el "*Bordergames*", qué posibilidades tiene, no simplemente ya las posibilidades que serían de autorrepresentación o de representación directa de una comunidad, sino también por las posibilidades de lo que sería un taller de *alfabetización digital*, es decir, un taller que sirva para,

con un lenguaje y un sistema al que los chavales se aproximan y tienen mucha coincidencia con él, como pueden ser los videojuegos, intentar hacer una plataforma para hacer talleres donde la gente se pueda meter a hacer edición gráfica, a cambiar, etc. y de alguna forma dar un recurso también para meterse dentro de lo que es el mundo digital y el mundo de ordenadores, sobre todo para chavales.

F: Entonces, ¿estáis ya trabajando en nuevas versiones de "*Bordergames*", además de la de Lavapiés?

O: Bueno, en Figueras vamos a crear otro videojuego sobre los inmigrantes que viven ahí. Es que ya salen bastantes menores que viven ahí, que viene la policía y el chaval está fumando y viene la policía y dice: "¿Por qué fumas?" y así. Es que son menores diferentes de los que están en Madrid, el chaval en Madrid busca la vida y el centro de acogida es mejor que vivir en la calle, pero en Figueras viene la policía y dice: "¿Por qué fumas?" y así, ¿sabes? En Figueras hay otras historias también y tengo que ir allí el día 7 del mes que viene para hacer un nuevo videojuego, va a salir otro.

F: Oye, también os quería preguntar porque yo desde luego aquí no me enteré de mucho, pero... con los atentados de los trenes de Madrid de 2004, el 11 de marzo, y con el proyecto ya en marcha, creo que hubo una campaña de criminalización ahí de Lavapiés, ¿no? ¿Eso ha afectado en las situaciones...?

D: Sí, realmente ha afectado mucho y en la *weblog*, por ejemplo, tenemos el dato este que te decía de que ha habido el problema de que a un inmigrante lo habían cogido unos policías, lo estaban tratando violentamente y la gente les tiró botellas y de todo para un poco pararles los pies. Y realmente, a nivel.. de cara al exterior, Lavapiés se está viendo muy mal cuando realmente yo pienso, entre comillas, que la situación no ha cambiado. Y lo que se está haciendo es crear que es una plaza conflictiva porque interesa al Ayuntamiento, por un lado, y porque interesa, además, tanto a la plaza de Lavapiés como a todos los proyectos que ha habido con Lavapiés, es decir, la red Lavapiés desde hace ocho o

nueve años, los sucesivos Labos que ha habido, o sea, las casas *okupas*, de alguna forma, digamos, desprestigiarlos. Y eso también fue una de las razones por las que el proyecto de la Casa Encendida, en el que estuvimos inicialmente con él, también nos salimos, porque no nos interesaba mucho seguir trabajando con la Casa Encendida y preferíamos seguir trabajando con el MediaLab, que entendía mucho más el proyecto a un nivel de trabajo, de *workshop*...

F: ¿Cómo contempláis el futuro de "*Bordergames*"? ¿Quiénes serán los protagonistas de las nuevas versiones, tanto dentro como fuera de la pantalla?

D: Lo que nosotros hemos tenido que hacer para trabajar sobre todo con el "*Bordergames*", y eso es muy importante, es contactar con la casa de acogida, porque nosotros pensamos que esa es la única forma de realmente poder, entre comillas, captar un grupo de chavales que se pudiese involucrar, porque parte del proyecto de "*Bordergames*" no es sólo que el proyecto en sí, digamos, se pueda bajar y se pueda trabajar a diversos niveles, sino sobre todo que haya otras personas, como es en este caso Omar, ya por ejemplo físico y real, que se vayan metiendo en la historia y formen parte del proyecto de "*Bordergames*" y de la Fiambrera y ellos mismos puedan ser los que en un momento dado controlen el "*Bordergames*" y puedan ser educadores sociales. Y, digamos, los que somos más, entre comillas, los productores o los iniciadores de esta historia podamos desaparecer, porque en la Fiambrera si ha habido ante todo un proyecto utópico, entre comillas, es el proyecto de hacer modos relacionales, es decir, de crear que la autonomía sea para las personas hasta tal punto que nosotros, como personas, podamos desaparecer y todas las estructuras y todas las complejidades que se han creado sean herramientas que las personas puedan por ellos mismos, individualmente, prolongar y trabajar de nuevo.

Entonces a nosotros nos interesa el proyecto sobre todo por lo que es el nivel de autosostenibilidad, ¿no? De poder de alguna forma, digamos, plantar algo y desaparecer. Y ese es el futuro del "*Bordergames*". Cuando hemos entablado contacto tanto con Figueras

como con Berlín hemos insistido en que el taller no simplemente sea para inmigrantes, como el *target group* al que va dirigido, sino que también educadores sociales o infraestructuras que hay, dígase movimientos *No Border*, activismo, que están implicados en las redes sociales de las ciudades, puedan contactar con nosotros, podamos darles el "*Bordergames*", podamos hacer talleres con ellos y de alguna forma les demos una herramienta al uso para que ellos trabajen el tema de la migración.

F: En este sentido, ¿podría considerarse el "*Bordergames*" una herramienta de investigación en sí mismo?

D: Sí, Para mí, personalmente ya incluso, el "*Bordergames*" es mucho más interesante por todo el proceso, de construcción de un escenario y de la problemática que existe y de investigar sobre ese mismo espacio la representación de las comunidades y la figura del inmigrante y la identidad que se está construyendo, que no simplemente lo que digamos que es el producto, entre comillas, final, que es el videojuego, sino que realmente todo lo que es el proceso de lo que es estar tres o cuatro meses trabajando, o dos semanas, y dar esa herramienta a otras personas para que ellos en el futuro puedan trabajar con ella es lo que nos interesa. Hasta tal punto de que si se diese la situación radical de que un grupo de neonazis, que es muy probable también, ¿por qué no?, que ha pasado también con la Wikipedia con algunos ataques también que ha tenido, se bajase el "*Bordergames*" e hiciese su propia versión, pues *chapeau*, porque para nosotros lo que interesa es ver realmente las complejidades que supone la inmigración y entonces poder tener un "*Bordergames*" totalmente radical y totalmente amoral e incluso políticamente incorrecto es una cosa genial porque de alguna forma estaríamos dando a entender que nuestra postura en esto no es tanto la de intentar solventar un problema, sino la de mostrar las complejidades del problema hasta tal punto que las mismas personas puedan representarse.

Ya sé que esto a lo mejor puede sonar un poco fuerte, pero en ese sentido sí que pensamos que tiene..., que el "*Bordergames*", aunque

estemos utilizando en este momento Windows, aunque hayamos utilizado Flash, es decir, aunque no estemos en una mentalidad *copyleft* 100%, lo que pensamos es que precisamente cuando lo articulamos, cuando trabajamos con otras personas, cuando tenemos el *software*, cuando vamos a Berlín y nos ponemos en contacto con tres casas de inmigrantes turcos que van a hacerlo, e incluso puede que lo hagan en turco, ni siquiera en alemán, creemos que en ese momento lo que se está creando es un trabajo de red y un trabajo humano, porque se lo estamos dando a personas. Y entonces, aunque utilizamos una plataforma que es *copyleft*, lo tenemos que cerrar en un momento dado, que fue el problema que tuvimos con esta versión.

Es decir, primero lo hicimos en Windows porque somos conscientes, y a lo mejor esto suena ahora a burrada, y decirlo también en este espacio y este lugar, de que muchos centros están utilizando Windows 98 o Windows 2000 o 95, y centros que son de educación social, etc. Y nosotros queríamos dar una herramienta que sirviese para toda la gente y que pudiesen adaptarla, porque para nosotros la mentalidad *freeware* no viene por tener un producto con X características que sea 100% *freeware*, sino por lo que vas a utilizar, cómo lo vas a distribuir y cómo eso, de alguna forma, está actuando de una forma política, está políticamente interviniendo en la comunidad.

F: Claro. En cualquier caso, ¿tenéis previsto lanzar una versión del videojuego que sea compatible con los sistemas operativos libres?

D: Ahora mismo, sí, lo que estamos trabajando ya con el informático es que se hagan las versiones de código abierto y con LGP para que se pueda hacer una versión en Linux y en todos los diferentes Windows, que por ahora tenemos problemas con las tarjetas gráficas y, aparte, se está intentando también buscar financiación para hacer un *multiplayer* de tal forma que en el *weblog* mismo se pueda jugar a la misma vez por Internet.

F: Suena muy ambicioso, ¿queda mucho tiempo para que puedan verse los primeros frutos de ese proyecto?

D: Por ahora, como proyecto piloto y como algo concreto, lo que nos interesa es empezar a trabajar en Figueras para ver qué sucede en Figueras y qué realidad es la de Figueras, y cómo va a ser allí el "*Bordergames*", porque serán totalmente diferentes todos los talleres, y qué sucederá en Berlín cuando lo hagamos y cuando trabajemos en Berlín con diferentes educadores. Y nuestra idea de Berlín además es mezclar, o sea, no simplemente trabajar con casas de acogida y mediadores sociales, sino también poder trabajar con gente que trabaja temas de género, con gente que trabaja temas digitales y de alguna forma generar la plataforma.

Y en el momento que la tengamos, y me es igual si es en un formato Windows o en un formato Linux, en ese momento, como es *freeware*, como se va a poder bajar y como existe el editor, ese es el momento en que es el código abierto para nosotros, en ese momento, esa mentalidad de poder crear una red humana donde no sabemos cuáles son los límites entre un producto que se puede decir que es, entre comillas, marca de la Fiambrera Obrera, aunque sea *Creative Commons* o *copyleft*, sino que en el momento en que "*Bordergames*" se ha mezclado, se ha contaminado y se ha distorsionado tanto que realmente puede pertenecer más a una comunidad y a un espacio local que a nosotros mismos. Porque haciendo eso de alguna forma lo que queremos es hacer explotar un poco qué significa ser un inmigrante, qué significa tener una identidad y cómo podemos cambiarla y manipularla totalmente.

Entonces el modelo de trabajo que estamos exportando precisamente es este, es trabajar con chavales en un momento dado, como Omar, y que ellos trabajen con otros chavales, porque ellos son los que van a poder generar todo, pero, al mismo tiempo, trabajar con redes sociales, con educadores sociales y mediadores porque también de ellos tenemos cosas que aprender: A lo mejor nosotros pensamos que un *workshop* de historia oral, se nos ocurre de esta forma y otros dicen "no, es mejor hacerlo así". Entonces realmente buscamos que sea una cosa recíproca, no buscamos que sea una cosa, entre comillas, tan imperialista, de nosotros imponer el método de trabajo del

"*Bordergames*", sino utilizarlo como una plataforma para que dé unos frutos en un momento dado. Pero ya te digo, es un proyecto piloto y experimental que nosotros esperamos que de aquí a nada empiece a dar pequeños frutos y, sobre todo, frutos que son mucho más educativos y de desarrollo comunitario y en red, más que el proyecto artístico.

F: Bueno, de hecho el proyecto no empezó hace dos años y medio allí con el primer taller en Casa Encendida, sino que viene conceptualizándose desde hace muchos más años, ¿no? Lo digo porque habláis ya con una consistencia que es la de los muchos años que se lleva trabajando...

D: Sí, bueno, la Fiambrera como grupo, aunque somos diferentes gentes y yo, por ejemplo, estoy metido en "*Bordergames*" y no estoy metido en otros proyectos, lleva más de diez años trabajando. Y la idea de "*Bordergames*" surgió en 2000 en una visita mítica, que se invitó a parte del grupo a ir a CALARTS y en ese momento se da cuenta el grupo de que si se quiere trabajar trabajo en comunidad, en red, para dar recursos a otra gente, lo ideal sería trabajar *freeware*, y lo ideal además sería trabajar formatos donde los chavales sean el productor del videojuego hasta que desaparezca la figura del artista.

El problema es que, como sabéis todos, tanto la tecnología Linux como la tecnología en 3D y distribuciones como el Debian o Liquid 3D, que son con los que se crean los videojuegos, no estaban tan avanzados. Y ya en esa época se buscó a programadores, pero los programadores por ejemplo nos decían: "Sí, os vendo por un millón de pelas un programa, pero es cerrado, tiene patente y tiene *copyright*. Y si queréis hacer más, tendréis que pagar otro millón de pelas para extenderlo". Entonces realmente la idea siempre ha estado detrás hasta que ha habido un momento en que había dinero, había una situación contextual de cara a la mediación social y ya había una relación técnica o tecnológica con la que podíamos empezar a funcionar. Eso ha sido realmente lo difícil. Por eso digo que es una especie de prototipo y que no dejamos de hablar de alguna forma como de una utopía, algo que empieza a ser y que ya teníamos previsto desde hace tiempo...

F: Centrándonos en el tema técnico, aparte de lo que dices de que había determinantes del tipo de programa que se puede utilizar, que aún no había 3D para eso, libre, pero me interesa también eso de que se tienen que hacer incluso las imágenes con menos calidad de lo que se puede para que los chavales lo puedan ver en sus centros, ¿no?

D: Sí, sí, sí. De hecho, el paquete que te bajas del eMule es muy pequeño porque realmente no queríamos que fuese ni con la última tarjeta gráfica, ni con la última RAM o con la capacidad mayor de lo que tienen ellos. Lo que pasa es que el primer "*Bordergames*" que hicimos sí que realmente nos salió, todo hay que decirlo, muy atractivo, a nivel de calidad de gráficos, etc. Pero nosotros lo que queremos era desmantelar este atractivo porque precisamente en la Fiambrera nunca hemos tenido un nivel a lo mejor de calidad estética, entre comillas, tan alto, de pulido, de acabado, y lo que queríamos hacer es, en las versiones de Berlín y en otros sitios, dejar que la gente interactúe mucho más y no tenga esta calidad, pero se note mucho más lo que es la mano del trabajo de proyecto, ¿vale? Lo que pasa es que para los dos primeros tuvimos la oportunidad también de poder trabajar con informáticos y con gente que nos diseñase en primeras el escenario, y para nosotros, digamos de alguna forma, también era, entre comillas, una estrategia de *marketing*, o sea, de poder vender un producto en un momento dado.

Pero, por ejemplo, lo que hicimos en Berlín, cuando estuvimos hace unas semanas en la Transmediale, era demostrar que, cortando y pegando, se podía ir cambiando cosas con las que de alguna forma se podía cambiar ya lo que es el "*Bordergames*" y hacer lo que dices tú, ¿no?: Darle este aspecto mucho más rápido, mucho más cercano y que cualquier chaval con un Photoshop, sabiendo un poco de capas, puede ir ya cambiándolo. Entonces nosotros esto en una mañana nos pusimos también a hacerlo para la presentación de Berlín para demostrar a la gente que ve complicado controlar todo lo que es la plataforma y todo lo que es el *software*, etc., pero que si tú a un chaval le pones y le dices: "Ponme nieve" o "vete, fotografía unos coches de Berlín y los pegas en .jpg" y ya tienes esta imagen y esta imagen se carga en tu videojuego y

cuando cargues esta versión, ya saldrá. Entonces pusimos un metro, pusimos el oso de Berlín por muchos sitios e incluso hicimos esto como mucho más dadaísta, si quieres decir, mucho más rápido y directo: Hacer fotografías de edificios y simplemente cortando y pegando reproducir ya lo que es un escenario más berlinesco, por decirlo de alguna forma.

Y, para nosotros, lo que nos interesa sobre todo, tanto en la versión de Berlín como en la de Figueras, es poder ver cómo se mezclan estas cosas, cómo podemos tener cerrado en un momento dado un grupo de chavales y de repente coger y abrir a la comunidad y decir: "La gente que vive en estas casas, si quieres hacer fotos de sus balcones" y se las pega aquí, ¿sabes?. Y en ese momento que se las está pegando son parte del "*Bordergames*", entonces de alguna forma poder romper esa estructura tan cerrada que hemos tenido la suerte de poder trabajar en Lavapiés y mezclarlo mucho más para que se rompa un poco la autoría de las ideas y la autoría del juego, que es lo que nos interesa sobre todo: Que como autores nosotros desaparezcamos.

MENÚ SALIR

MÁLAGA 2006