



## UNAS NAVIDADES DE SUBVERTISING

**Wu Ming 6**  
**Colectivo Cádiz Rebelde**

*El subvertising es el arte de la resistencia cultural. Es la pintada en la pared, la pegatina en la farola, la frase modificada de un manifiesto publicitario. El proceso clave está en la redefinición y en la reconquista de nuestro entorno arrancándolo de las manos de las empresas gigantes.*

*El activismo mediático ha elaborado una función cuyo carácter no es de oposición sino más bien como interferencia. En ocasiones se trata de una interferencia técnica, de un sabotaje del flujo de informaciones procedentes del poder o de los instrumentos técnicos de transmisión de las grandes corporaciones: el hacking. Pero uno de los aspectos más interesantes es el de la **interferencia semántica**. Es el terreno del subvertising, de la **subversión de la comunicación publicitaria**. El subvertising, o culture jamming, **es un arte de la resistencia cultural**.*

*En los primeros años del siglo XXI, los dadaístas empezaron a experimentar con formas de tergiversación de textos, de signos y de situaciones. El situacionismo desarrolló la técnica de la tergiversación modificando los textos de cómics y de anuncios publicitarios. La tergiversación semántica de los mensajes procedentes del poder puede ser decisiva para un proceso de liberación del espacio mental. Pero el subvertising es un ejercicio de desvío del trayecto interpretativo de los mensajes. Es un intento de revelar el aspecto sombrío y violento del mensaje que las grandes corporaciones nos envían con diaria insistencia desde detrás de esas belldades artificiales de silicona y bisturí que inspiran la confianza de los explotadores y que aparecen en las pantallas de televisión, en vallas publicitarias y demás exornos.*

*El subvertising lucha contra esos que **definen los espacios del discurso público, delimitan lo que se puede ver y lo que no y establecen las jerarquías de prioridad de la atención colectiva**. El mensaje del poder entra en conflicto con la experiencia cotidiana y la acumulación de signos puede llegar a ser tan redundante como para provocar molestia, rechazo y revuelta.*

### **Un poquito de Debord, pero no mucho**

*“El tema que nos ocupa es precisamente el uso de ciertos medios de acción y el descubrimiento de nuevos -que se pueden identificar fácilmente en el dominio de la cultura y de las costumbres-, aplicados en la perspectiva de una interacción de todos los cambios revolucionarios.*

*Tenemos que emprender un trabajo colectivo organizado, tendiente a un uso unitario de todos los medios de agitación de la vida cotidiana. Es decir, que tenemos que reconocer la interdependencia de estos medios, en la perspectiva de una mayor dominación de la naturaleza, de una mayor libertad. Tenemos que construir nuevos ambientes que sean a la vez el producto y el instrumento de nuevos comportamientos. Para hacer esto tendremos que emplear empíricamente, al principio, los actos cotidianos y las formas culturales que existen en la actualidad, contestándole todo valor propio. El propio criterio de novedad, de investigación formal, ha perdido su sentido en el marco tradicional del arte, es decir, de un medio fragmentario insuficiente cuyas renovaciones parciales nacen ya caducas -luego son imposibles.”*

*(Informe sobre la construcción de situaciones)*

### **Los clásicos se lo montan bien**

*Recordando a los clásicos, ante tanta devaluación de palabras, sistemas y demás epistemologías, cuando **Marx** publicó en 1859 la **“Crítica de la economía política”** fue ignorado por los especialistas en economía de Alemania. Para evitar que “El Capital” corriera la misma suerte de silencio exegeta, **Engels** y otros colaboradores se organizaron para romper la conspiración de mutismo y escribieron despiadadas críticas en la prensa. Esto obligó al pronunciamiento de la camarilla económica.*

### **Tergiversación**

*Mediante la tergiversación de imágenes, conceptos y textos de la estética hegemónica o de los discursos de poder es más fácil mostrar y deconstruir abiertamente su función ideológica, son un medio eficaz para dejar en evidencia en toda su arbitrariedad la construcción social de categorías como la de género, competitividad, consumo. Puede servir para desviar los ataques del adversario, a poner al adversario en ridículo y también a divulgar otras lecturas y lecturas disidentes de la realidad.*

*Se trata pues de alterar el orden pacífico de los signos para poder llamar la atención sobre este sistema de orden y sus funciones estabilizadoras. Significa adueñarse de sus espacio, decir lo no dicho y desvelar al mismo tiempo.*

*Roland Barthes: ¿Acaso la mejor subversión no es la de alterar los códigos en vez de destruirlos?*

## ¿Francotiradores semióticos? ¿Eh?

“Corregir un panel de publicidad ofensivo” dicen los *Adbusters* grupo canadiense que se dedica al bandidaje publicitario. Se sirven de la expresividad de los textos y de las imágenes publicitarias e intentan subvertirlos mediante añadidos o tergiversaciones. Esta práctica puede ser entendida como una forma crítica de la cotidianidad que introduce el ruido en el mensaje propagandístico.

## El maravilloso mundo de la publicidad subversiva

**Lisergia.net Entertainment Home Group** en colaboración con *El Engendro* y *La Fábrica*, han convocado el **Taller/Concurso de Intervención Publicitaria**. El certamen tiene como ámbito de convocatoria a Sevilla y Cádiz como escenarios para esta interesante propuesta. El soporte para las intervenciones son los mupis (marquesinas de autobús, paneles publicitarios en las aceras, en las paredes del metro y las puertas de los kioscos). Con un sencillo bocadillo adhesivo y un rotulador de punta gorda el subversivo mensaje escrito entra el paisaje mediático que cada día ven a l@s ciudadan@s de a pié que aceptan su papel pasivo de receptores de mensajes o compradores de mercancías. Durante los pasados días se has realizado ya algunas intervenciones y que tocan temas candentes como la *clase obrera* mundial, la *globalización* o el ocio y la *diversión*.

Siguiendo las referencias epistemológicas, algunas ya citadas, como *Adbusters*, *Billboard Liberation Front*, *yo mango*, *Resistance à l'Agresion Publicitaire* y otros desarrollos, los talleristas se sirven de la fuerza del agresor (sus soportes luminosos, sus lenguajes embelesadores y cómplices, sus iconos coloridos y sexuales) para darle la vuelta a la tortilla. Retoman el debate público sobre el significado social de la publicidad. Interfieren sus mensajes, contradicen sus discursos, confunden, provocan, agitan y comunican. Una magnífica, barata y eficaz propuesta para hacer más llevaderas estas navidades.

<http://www.lisergia.net/interferencias/purgantepublicitario/concurso.html>

## Una pequeña muestra:





