

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA, DEISEÑO Y ARTES

ESCUELA DE ARTES VISUALES

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ARTISTA VISUAL

“EL PROCESO DE LA ALIENACIÓN COMO RESULTADO DEL CAPITALISMO: UNA
PERSPECTIVA CRÍTICA DESDE LA GRÁFICA ARTÍSTICA”

DIEGO MARTÍN CARVAJAL CRUZ

DIRECTOR: MS. MANUEL KINGMAN

QUITO, 2015

AGRADECIMIENTOS

A Manuel Kingman, Camila Molestina y Agustín Garcells por su disposición en ayudar a corregir mis errores.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCION.....	2
2. FORMAS DE SER POLÍTICO EN EL ARTE.....	4
3. UN METODO DE INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA.....	13
4. CREANDO UN LIBRO DE POCAS LETRAS.....	24
5. CONCLUSIONES.....	49
6. BIBLIOGRAFIA.....	52

1. INTRODUCCIÓN

La presente propuesta artística utiliza los principios del simulacro de Baudrillard y el *Culture Jamming*, un movimiento centrado en la apropiación del lenguaje del mass media, en la creación de una guía y una serie de animaciones que explican como el capitalismo es un factor alienante en nuestra sociedad. En aras de contribuir a un cambio social en la comprensión de una problemática que nos incluye a todos.

Por ello, se utiliza el arte como una herramienta de conocimiento y no como el fin de la propia investigación. Aquí, se lo usa (al arte) para poder abarcar la hipótesis de manera práctica, entretenida y educativa. Siguiendo estos principios el estudio se sirve del *Culture Jamming*, con el objetivo de subvertir su propio contenido. Este a su vez tiene influencia del situacionismo y la comunicación de guerrilla en el producto para apelar a un público en general.

La investigación inicio por entender la curiosa necesidad de enajenación por parte del sujeto conocido como *Neet*. Esto es *Not in Education, Employment, or Training*, una persona que no estudia, trabaja o se entrena. Este sujeto está supeditado, como todos nosotros, a la dinámica del sistema capitalista, que contribuye en gran parte alienando y enajenando a este sujeto.

La enajenación no constituye nada nuevo en la sociedad humana, lo peculiar resulta su número creciente en la época actual. Las estadísticas de los *Neet* varían según el país (sexo, poder adquisitivo, estado civil, edad, nivel de educación, descendencia, etc). Es curioso que tratándose de un fenómeno global este no parezca tener un origen común.

Para poder entender esta problemática nuestra investigación acudió a la psicología, la filosofía y la estadística. Tomando en cuenta que el *Neet* es un ente con una función social, varios de estos estudios se concentran en su poder adquisitivo y capacidad productiva, es decir su relación recíproca con el sistema. Sin embargo el *Neet* no puede corresponder a la sociedad a partir de las mismas demandas exigidas para el resto de los individuos que constituyen el sistema capitalista vigente.

El capitalismo como tendencia global pretende conformar a los sujetos de forma homogénea al brindar y promocionar un modelo compacto en el cual “refleja” nuestra identidad. El *Neet* tiene problemas para formar su identidad dentro de este modelo, ya sea desde el punto de vista económico como estético, convirtiéndose en una promesa rota del sistema.

Esta “promesa rota” funciona de manera recíproca, del *Neet* al sistema y del sistema al *Neet*. El *Neet* no se comporta como un ser productivo para el sistema, precisamente por su conflicto de asociación con el sistema. Por su parte, este sistema no legitima al *Neet*, al no acatar el modelo convencional proporcionado por el capitalismo. Este modelo de identidad se acopla de manera práctica al ciclo del consumismo, proporcionándole determinadas herramientas al sujeto consumista, con el objetivo de convertir esta experiencia consumista en una finalidad. Cuando se cuestiona si hay algo más allá que esta reafirmación en el consumo de bienes y servicios es cuando surge el conflicto de identidad, porque esta forma de ser, promocionada por el capitalismo, exige el todo de uno sin dejar nada a su paso. Lo superficial de esta dinámica afecta no solo al *Neet*, que tiene un conflicto desde el principio con su propia identidad, sino también a quienes asumieron el cambio basado en el modelo proporcionado por el capitalismo y después se reconocieron en su condición alienada y dependiente del consumo.

2. EL DISCURSO POLÍTICO DEL ARTE

Existen distintas maneras de abordar la cuestión política a través del arte como también son diversas las formas de crear y comprender a la obra de arte. Sin embargo algo muy característico del arte es su relación con el poder, sobre todo cuando nos referimos a regímenes fascistas, populistas o socialistas que al final terminan siendo regímenes totalitarios.



Fig.1- Instalación de golf creada por los hermanos Chapman. Cuando se da un tiro correcto a la pelota y pasa por el hueco en medio de “Hitler”, este da un saludo nazi.

En la construcción de una estatua para Benito Mussolini o un busto de Adolf Hitler, el arte se utiliza como reafirmación de la omnisciencia y omnipotencia del estado sobre su pueblo. También en las transnacionales, los directores de arte logran que un producto como la *Coca Cola* se convierta en un objeto de deseo por medio de campañas publicitarias y de imagen. Algo que resulta contradictorio teniendo en cuenta que estos productos constituyen en realidad agua carbonatada mezclada con colorantes y saborizantes artificiales y no un objeto hedonista.

Se puede decir que el hedonismo resulta obvio en la imagen que nos venden, pero si esta no acompañara a la bebida sería cualquier cosa menos LA COCA COLA. Por ello resulta raro que el objeto por sí solo no construye la realidad propuesta por la imagen. Es más, para mucha gente el sueño se termina cuando la bebida deja de estar fría, porque destruye su imagen ideal de consumo.

Esta relación de poder que se ejerce sobre nosotros está vinculada con la cultura¹, y por tanto inevitablemente relacionada con la ideología², porque la ideología resulta algo imprudente³, como los “sesgos cognitivos” que en psicología, Nuria Cortada de Kohan (2008) define como:

... procedimientos que proveen ayuda en la solución de un problema, pero no de manera justificada. Son juicios intuitivos, que se basan en el conocimiento parcial, en la experiencia o en suposiciones que a veces son correctas y otras veces son erradas, no existe una seguridad absoluta y lógica sobre los mismos. (Cortada, 2008:69)

Entonces, como los “sesgos cognitivos”, la ideología no necesita de una justificación para su pensamiento y la ejecución de este. Aclarado ello, no hay que olvidar que cada cultura tiene su ideología y esta “imprudencia” ideológica inevitablemente afecta a esta cultura. José Luis Brea (2010:7-13) menciona que la ideología no constituye una propuesta como ocurre en las campañas políticas donde el objetivo es obtener o preservar el poder.

Por su parte, el teórico David Darts (2004) no solo menciona a la ideología, la cultura y el poder, también se refiere a cómo se encuentran indisolublemente conectados con el arte. El arte aquí, resulta equívocamente un reflejo de estos aspectos. José Luis Brea coincide con

¹ Lilyan Benítez & Alicia Garcés en *CULTURAS ECUATORIANAS ayer y hoy* (1993) definen a la cultura desde un sentido antropológico: “... como la expresión de las realizaciones y formas de organización de una sociedad históricamente determinada, por lo que incluye su aspecto económico, social, político, religioso, lingüístico; etc.”; en esta perspectiva, sociedad y cultura están íntimamente relacionadas. (Benítez & Garcés, 5:1993)

² Slavoj Zizek en el documento *The Pervert's Guide to Ideology* (2012) define la ideología como: Un filtro para la realidad, similar a ver una película por una pantalla de cine, la película de tú realidad.

³ En lo que prudencia significa sensato, moderado, buen juicio o cordura. La ideología resulta imprudente –de igual manera que los sesgos cognitivos- porque actúa basándose en un conocimiento parcial donde no es seguro si el resultado de este conocimiento será correcto o errado. Dando cabida a un mal juicio o una acción insensata, es decir una imprudencia.

David Darts al señalar que el arte puede servir para mostrar este proceso en el cual la ideología escondida dentro de la cultura, es resaltada de su aparente condición imperceptible.

Así el arte, en su faceta política y activista funciona perfectamente para la visualización y problematización de un tema, algo en lo que autores como Martha Traba (1974), David Darts (2004) y Paul O' Brian (2008) coinciden. Estos teóricos también se cuestionan si las intervenciones artístico-activistas al difundir y concientizar las causas de la problemática política del arte, resultan relevantes frente a una acción directa sobre el problema. Ya sea para crear un nuevo sistema económico o cambiar los modelos familiares, algo que se supone es más pertinente desde el punto de vista de la economía, la psicología, la sociología, etc. Estas constituyen ramas del conocimiento que se atribuyen a la ciencia y no al arte. En respuesta a esta supuesta insuficiencia del arte para generar un cambio social, han surgido acciones como “arte y comunidad”, “arte y etnografía”, “arte y ecofeminismo” y algunas tendencias del *streetart*. Así las prácticas artísticas de contenido medioambiental⁴ aparecieron y llegaron incluso a clasificarse⁵ y estudiarse en el mundo del arte y la teoría.

El proyecto *Sign for the Homeless*⁶ (Fig.2) sirve como ejemplo de arte y acción social. Aquí, en una página web se recopilan entrevistas a gente sin hogar en Estados Unidos y por medio de la gráfica popular, se *personalizan* los carteles que utilizan para pedir caridad. Discutir si un mejor cartel determina que les ofrezcan más dinero no es el objetivo del proyecto, sino las publicaciones de la página *web* en donde se puede conocer la historia de estas personas, es decir lo importante es la visualización y reflexión de la problemática presentada.

⁴Por ejemplo el *Land art* y el *Earth art*, donde el primero se encuentra relacionado con la intervención o creación de paisajes como podría ser cubrir todo el exterior de una prisión con focos navideños. En el *Earth art* la intervención artística utiliza la tierra y la naturaleza como soporte para una obra generalmente escultórica, como sería el caso de un rostro humano de tierra de cuatro por tres metros cubierto de césped.

⁵ Paul O' Brian clasifica el arte relacionado con el medio ambiente en tres clases: *Promethean*, la más sublime, masculina e imponente. *Critical*, la crítica e impaciente e *Integrative*, la que tiene como objetivo la curación de la naturaleza y la relación humanidad-medioambiente.

⁶ <http://homelesssigns.tumblr.com/> visitado el 15 de Noviembre del 2013.



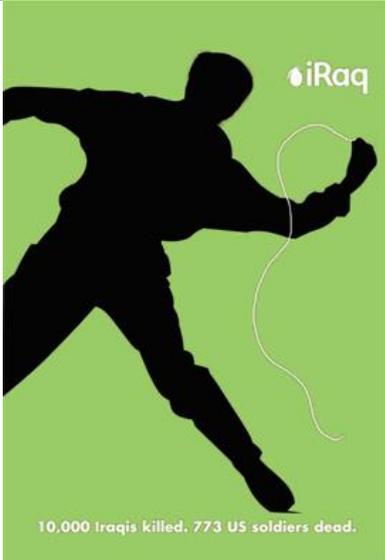
Fig.2

Estas y otras formas políticas de respuesta artística, se perfilan en prácticas de resistencia que se articulan en oposición a un sistema. Regularmente, este sistema resulta ser el sistema dominante hoy en día: el sistema capitalista. Que el arte problematice al capitalismo y al sistema no es nuevo tampoco. Los dadaístas y surrealistas lo intentaron desde 1920 a 1940, afirmando que su meta era sobreponerse al capitalismo y que lo lograrían liberando el inconsciente.

El situacionismo (Debord, 1973), inspirado en el Marxismo y el *Avant-Garde*, planteaba la creación de situaciones espontáneas, para oponer lo creativo a la sociedad del espectáculo, donde el capitalismo se potencia a partir de una especie de alienación social por los medios, causando aquiescencia en las masas. John Molyneux (1999) al hablar de arte y alienación, le problematiza que la sociedad alienada forme parte del capitalismo y señala cómo

esto afecta la vida cotidiana. Según Jhon Molyneux (1999) el artista como ente integrante de la sociedad, también se somete al sistema capitalista alienante y no es indiferente a sus consecuencias, pero esto no implica que la creación artística sea un resultado de la alienación por el capitalismo y más bien se mantiene como una decisión del individuo.

Igualmente podríamos hablar del educador David Darts (2004) por el matiz pedagógico que otorga al arte como herramienta para el individuo. En su propuesta, la enseñanza del arte sirve para ser consciente y comprensivo de la realidad sociocultural. Este concepto resulta práctico para la distinción de “los imaginarios de dominación de los dominantes” (Brea 3:2010). De este modo no resulta confuso que los poderes hegemónicos lleven la bandera de antihegemónicos. Esta conciencia pública permitiría diferenciar los partidos políticos que dicen estar a favor del *street art*, de los grupos LGTB, los grupos barriales, etc. Cosa que al final no resulta cierta.

	
<p>Fig. 3 - Propaganda que critica la guerra con Iraq, contrastando los muertos de ambos bandos</p>	<p>Fig. 4 - Crítica cínica hacia McDonalds</p>

Un ejemplo de una práctica artística que contribuye a la concientización de la realidad sociocultural es el *Culture Jamming*⁷, que tiene como principal función revertir o subvertir la forma de un mensaje para revelar sus verdaderas intenciones. Lo que los situacionistas en su película y libro “La sociedad del Espectáculo” (Debord: 1973) llamaban *detournement*, que se podría traducir como subvertir o cambiar el sentido de algo. Un “*darle vuelta a la tortilla*”, donde la tortilla podría ser la publicidad.

Un referente importante dentro de la subversión de mensajes en la práctica del *detournement* es Cildo Meireles. Este artista conceptual brasileño posee obras de contenido político, pensadas para la difusión y subversión de mensajes. Es el caso de *Zero Dollar*, donde repartió gratuitamente unos billetes que reflejaban un valor monetario cero, pero un valor importante desde el punto de vista crítico-icónico. De modo tal que se podían cuestionar los valores simbólicos que los bancos adjudican a los billetes y el valor que damos al dinero nosotros. Irónicamente, estos billetes actualmente cuestan alrededor de 3000 y 4000 euros de acuerdo a CHRISTIE’S⁸. Ahora estarían funcionando como una crítica al sistema de especulación económico-artístico.

También está el Proyecto Coca Cola, una propuesta artística donde se sacaron varias botellas de circulación en las cuales se estampó la frase “Yankees Go Home”, para luego ser devueltas a la embotelladora donde se volvieron a distribuir.

⁷ De acuerdo a Logan Marshall (2004) *Culture Jamming* es una forma de activismo y resistencia frente a la hegemonía de la cultura popular. Reciclando los mismos iconos de la cultura popular usando ideas de comunicación de guerrilla y *detournement*.

⁸ CHRISTIE’S es una casa de subastas de arte, link de la obra: <http://www.christies.com/lotfinder/prints-multiples/cildo-meireles-zero-dollar-5428408-details.aspx> visitado el 15 de Noviembre del 2013.

	
<p style="text-align: center;">Fig. 5</p> <p>Zero Dollar Cildo Meireles 1978 Grabado sobre papel</p>	<p style="text-align: center;">Fig.6</p> <p>Proyecto Coca Cola Cildo Meireles 1970 Grabado sobre vidrio</p>

Algo similar sucede con el artista ecuatoriano, Fernando Falconí. En su obra *Textículos Revueltos*, haciendo uso de un periódico de crónicas rojas inserta, simulando una nota de prensa, cuentos de literatura ecuatoriana con tintes crudos, más adecuados para el periódico en cual los publica. Esta manera de proceder para introducir literatura poco común al cliente regular del periódico, disfrazando su envoltura y haciéndola masiva, es algo que los situacionistas y Walter Benjamin (1936) promulgan y que encontramos condensado en el *Culture Jamming*.

El *Culture Jamming* realiza algo similar a las obras de Cildo Meireles, pero a través de críticas enfocadas hacia el consumismo y el conformismo social, hacia el *mass media* y las principales corrientes sociales. Quizá estas propuestas están pensadas para evitar lo que Walter Benjamin (1936) pudo haber previsto cuando decía que “la autoenajenación ha alcanzado un grado tal, que le permite vivir (al sujeto) su propia aniquilación como un goce estético de primer orden” (Benjamin, 2003:99).

No es de extrañar que el pensamiento del *Culture Jamming* provenga de Benjamin o los Situacionistas. Del mismo modo ocurre con la idea de la reproductibilidad, en donde la actual era digital los espacios web enfocados en este tipo de prácticas se amplían y se transforman en comunidades que por medio de la web difunden información y situaciones que algunos clasifican como de contenido polémico⁹.

Algo interesante del contenido polémico de artistas como el español David Nebreda y sus autorretratos, es que por su estética “escatológica”, de apariencia masoquista y barroca (aunque no parece que el fotografiado lo disfrute) tienen un interesante efecto en el espectador, ya que sus fotografías cuestionan la moral. Como sucede con las siguientes propagandas:

<p>Fig.7 - Traducción: Re-civilízate a ti mismo, campaña de cosméticos NIVEA.</p>	<p>Fig.8 - Traducción: El lugar más peligroso para</p>

⁹ Algunas de la páginas disponibles por internet son las siguientes: <http://www.iconoclasistas.net/>; <https://www.adbusters.org/>; <https://stencilrevolution.com/>; <http://actipedia.org/>

Esta imagen causó polémica frente a la propuesta de imagen “civilizada” que un afroamericano debía mostrar.	<p>una afroamericano es en el vientre.</p> <p>Campaña ¿Contra el aborto?</p>
---	--

En este caso uno no está seguro si estos avisos son racistas intencionalmente, pero dependiendo de la reacción que generan, sea a favor o en contra, esta estética cuestiona la moral de los transeúntes. Podríamos denominar esta estrategia como un simulacro cínico y ese cinismo es utilizado para subvertir el mensaje del mismo modo que lo hace el *Culture Jamming*.

Resumiendo, tenemos una ideología capitalista similar a la sociedad del espectáculo, que se divulga en la cultura, se reafirma en el sistema social y determina a los individuos con un pensamiento consumista. Como se mencionó anteriormente, las ideologías no necesitan cumplir o ser coherentes con su discurso para ser funcionales. Entonces, ¿cómo estar seguros? ¿Cómo encontrar la coherencia en el mensaje? ¿Cómo distinguir si este se cumple o no? El *Culture Jamming* constituye una propuesta para poder identificar el verdadero mensaje y hacer algo al respecto, que ayude en la identificación y en el *hacking* del mensaje para poder deconstruir y problematizar el capitalismo. A esto podemos añadir una estética apropiada para que funcione como un simulacro cínico que cuestione a los individuos.

En esta estrategia se sitúa nuestra propuesta artística. La cual está pensada con el objetivo de subvertir los contenidos y las formas, en la reproductibilidad y difusión, y en el cuestionamiento y visualización de una problemática: la del capitalismo. Siguiendo las estrategias del *Culture Jamming* y del simulacro cínico, se crea la propuesta artística en forma de una guía y una serie de animaciones que explican cómo el capitalismo es un factor alienante de nuestra sociedad.

3. UN METODO DE INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA

Siendo esta una investigación teórica, dado donde no se recurre a la observación o contacto directo con el sujeto de estudio y tampoco se sitúa territorialmente en la ciudad de Quito, se utiliza información del contexto global. Considerando que el fenómeno de la alienación es mayormente conocido en el resto del mundo que en el local, se ha optado por una investigación de fuentes secundarias, que se sustenta a partir de teorías y estudios de distintos campos: del arte, la filosofía, las ciencias sociales y la psicología. En este caso tenemos en cuenta los debates acerca de la alienación y los *Neet* generados a partir del año 2000, algo que determina un eje temporal para el abordaje de la problemática descrita. Los tópicos en común e interrelacionados que se usaron para abordar estas teorías y estudios son: la alienación, la enajenación, el capitalismo, el activismo y el arte.

Esta investigación teórica ocupó alrededor de seis meses y fue documentada en un cuaderno de notas de manera similar a una bitácora. Se basó en la recopilación de información secundaria en bibliotecas e *internet*. A continuación presentamos un cuadro que registra los procesos de investigación paralelos a la creación de la obra:

MES	ACTIVIDADES REALIZADAS EN CADA MES	RESULTADOS/CONCLUSIONES
1	<p>Visita a la Facultad de Psicología en búsqueda de material relacionado con la temática de la alienación. Se encontró el libro <i>El hombre sin gravedad</i> de Jean Pierre Lebrum (2002).</p> <p>Búsqueda en la biblioteca de la PUCE de libros relacionados a la temática</p>	<p>En esta primera fase de la investigación se trató de precisar los puntos clave sobre el tema específico. Se inició la exploración en la temática de la enajenación. Las preguntas iniciales fueron: ¿Por qué en ciudades del primer mundo existen mayor índice de enajenación social e igualmente un mayor índice de suicidios y matanzas por el mismo sujeto (el enajenado)?</p> <p>Se investigó sobre Los <i>Hikikomori</i>¹⁰ en Japón, el alto índice de suicidios desde puentes en China y la creciente sensación colectiva de suicidios bomba en Estados Unidos.</p> <p>¿Cuál era el denominador común?</p> <p>Aquí ya se definía un problema que no concernía propiamente al</p>

¹⁰ Se puede interpretar como aislamiento social agudo.

	<p>de la alienación., No se encontró bibliografía superior al año 2000.</p> <p>Búsqueda en internet de artículos y libros relacionados a la temática de la alienación.</p> <p>Estudio de obras artísticas que tuvieran a la alienación o enajenación como tema central.</p>	<p>mundo artístico, sino a los campos de la Sociología y la Psicología. Pero había interés en comprender su naturaleza y si en ella existía un punto común para poder identificar este punto y realizar algo al respecto.</p> <p>Para no alejarnos de la investigación artística, nos concentramos en tres artistas que trabajan la cuestión de la enajenación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bas Jan Ader (Holanda, 1942 -1975) en su performance “En búsqueda de lo milagroso” 2. Daniel Nebrada (España, 1952) con sus autorretratos hechos durante sus encierros autoimpuestos. 3. Andrea Zittel (USA, 1965) con su performance/objeto habitable “Small Liberties”. <p>Cada uno de los artistas investigados ofrecían información a su manera. Así, Bas Jan Ader buscaba en su enajenación lo mágico para la vida, mientras que Daniel Nebrada en sus retratos creados en su enclaustrado autoimpuesto, intentaba recrear su identidad. Por su parte, Andrea Zittel con sus estaciones de acampamiento temporal trataba de escapar del sistema y encontrar la espiritualidad y el descanso de lo cotidiano.</p> <p>Sin encontrar una respuesta común a las inquietudes en los ejemplos artísticos citados, decidí volver al interés fundamental. Esto es el porqué se da el fenómeno de la enajenación en el caso de los <i>nini</i>¹¹.</p>
2	<p>Recopilación de información sobre el fenómeno <i>nini</i>, <i>NEET</i>¹² y <i>Hikikomori</i>.</p> <p>Estudio y toma de notas del libro: Melman, C., & Lebrun, J.-P. (2002). <i>El hombre sin gravedad</i>. Argentina: UNR EDITORIAL.</p> <p>Estudio y toma de notas del artículo: Fernández Paniagua, J. M. (2009). La enajenación en la sociedad</p>	<p>La investigación de material bibliográfico inicia con dos libros que constituirían la base conceptual de la propuesta artística: El Hombre sin Gravedad (2002) de Charles Melman y La enajenación en la sociedad capitalista. Una aproximación a las tesis de Erich Fromm (2009) de José María Fernández Paniagua.</p> <p>Dentro del criterio de investigación no vi inconveniente mezclar ramas distintas del pensamiento para responder a la inquietud de inicio. En este caso los dos libros se acoplaban perfectamente, siendo uno basado en la teoría marxista y freudiana, el otro en la teoría de Lacan y el Psicoanálisis. Dejando de lado los nuevos conceptos que estos libros proporcionaban y la fascinación por ellos, ayudaban indiscutiblemente a distinguir los fundamentos de la inquietud.</p> <p>Aquí comprendí que la investigación no se trataba acerca de la cuestión</p>

¹¹ Ni estudia, ni trabaja.

¹² Gente joven no empleada, ni en educación o entrenamiento.

	<p>capitalista. Una aproximación a las tesis de Erich Fromm. <i>Germinal: Revista de Estudios Libertarios</i> 8 , 59-86.</p>	<p>de la enajenación, sino de la alienación. En la enajenación que se asocia con inestabilidad mental y reclusión, por más extrema que esta llegue a ser, es uno quien va hacia ella. En cambio con la alienación, uno es obligado, forzado hacia la exclusión (como puede suceder con el <i>nini</i>, el <i>NEET</i> y el <i>hikikomori</i>).</p> <p>Así, la alienación puede conducir a la enajenación del sujeto y no a la inversa. Por ello se continuó buscando estadísticas de estos casos. ¿Qué era lo que alienaba a estas personas?</p> <p>De acuerdo a estas primeras lecturas el causante era la influencia directa del sistema. Pero las fuentes consultadas solo proporcionaban información de lo general, y lo que deseábamos era encontrar las especificidades, y por ello buscamos temas más centrados en estadísticas.</p>
3	<p>Estudio y toma de notas del libro: Melman, C., & Lebrun, J.-P. (2002). <i>El hombre sin gravedad</i>. Argentina: UNR EDITORIAL.</p> <p>Lectura y toma de notas del libro: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2012). <i>NEETs Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe</i>. Luxembourg: Publications Office of the European Union.</p> <p>Lectura y toma de notas del artículo: OBUASI, B. O.</p>	<p>Acabando la lectura de Charles Melman, se leyó: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. Culture Crises in Our Youths: A Result of a Linguistic Alienation. NEETS ' CHALLENGE TO JAPAN : CAUSES AND REMEDIES. Perfil psicológico de los ninis en la Ciudad de México. México.</p> <p>En búsqueda de una respuesta a la inquietud de si existía una causa específica para la alienación del <i>NEET</i> o el <i>nini</i>, la mayoría de los datos consultados mostraban casi una total dependencia del contexto cultural específico de cada región. Esto dificultaba encontrar puntos comunes por encima de las culturas de origen, incluso había factores que no se habían tomado en cuenta.</p> <p>Como es el caso del ensayo de Mrs.OBUASI, Blessing O. (2009), donde se visualiza cómo en Nigeria los jóvenes son educados en un idioma extranjero a través de textos que intentan reproducir una cultura externa (norte americana). Así terminan convirtiéndola en la primera referencia lingüística, causando conflictos en su cultura e idioma de origen. Esta situación constituye una alienación por el lenguaje, algo que no habíamos previsto encontrar como un factor alienante, pero que convierte a los jóvenes en entes ajenos a su propia cultura y prácticas. Se trata de una acción errónea por parte sus familiares en la instrucción cultural de sus hijos. De este modo elijen una cultura</p>

	<p>(2008). <i>Culture Crises in Our Youths: A Result of a Linguistic Alienation</i>. Nigeria: Department of Linguistic and Nigeria Lenguaje, UNN.</p> <p>Lectura y toma de notas la sección del libro: Rahman, K. M. (2006). <i>Neet's Challenge to Japan : Cause and Remedies</i>. En K. M. Rahman, <i>Arbeitswelten in Japan</i> (págs. 221-244). Germany: IUDICIUM.</p> <p>Lectura y toma de notas del artículo: Sánchez Irianda, J., Fuentes Campos, M. F., Lal Rodriguez, G., & Testa Ortíz E., M. (2010). <i>Perfil psicológico de los ninis en la Ciudad de Mexico</i>. Mexico.</p>	<p>extranjera a partir de una apreciación relacionada con el estatus, es decir como valor del capitalismo que es donde se promueven los ideales de estatus y consumo. En este caso el factor específico de esta alienación está en la enseñanza del lenguaje.</p> <p>Igualmente, las cifras estadísticas varían según las consideraciones culturales e ideológicas. En México, de acuerdo a José Sánchez Irianda (2010:12), gran parte de la población nini son mujeres, pero esto se debe a que toman en cuenta a las mujeres jóvenes que son instruidas para el hogar y que por lo tanto no estudian ni trabajan (nini). Cifras parecidas maneja la Fundación Europea que se dedica a analizar el mercado laboral y fenómenos relacionados, en donde se toma en cuenta solo a las mujeres entre 25-29 años. El investigador Khondaker Mizanur Rahman (2006) menciona que en su ensayo no se toman en cuenta a mujeres casadas jóvenes.</p> <p>De los dos textos revisados podemos concluir que este fenómeno es principalmente de clase-media, clase-alta. La edad varía en cada país, en México es entre los 15 a 29 años, de los 16 a 18 años en USA, en Japón desde los 13 a 34 años y desde los 15 a los 24 años en la Unión Europea.</p> <p>La aproximación de estos textos se concentraba en diversas causas, desde las repercusiones económicas sobre la economía nacional y la pérdida de una imagen e ideología nacional. Por ejemplo, en el caso japonés las causas eran varias y no se podía encontrar un patrón común.</p>
4	<p>Lectura y toma de notas del libro: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2012). <i>NEET's Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe</i>. Luxembourg: Publications Office of the European Union.</p> <p>Visita al Hospital Psiquiátrico</p>	<p>Al final, una de las causas en la que parecen estar todos los investigadores de acuerdo, es en la decepción entre la expectativa de los sujetos (jóvenes o no) de la realidad social y su complejidad. Esta decepción puede terminar en alienación y consecuentemente en enajenación, como es el caso de los <i>hikikomori</i>. Como los textos consideran a los sujetos no productivos económicamente como sujetos enajenados, y al haber demasiadas causas específicas y pocas conexiones entre ellas, encontrar un detonante común específico para la alienación se tornó imposible. Así, al no encontrar causas específicas comunes nos centramos en un aspecto general que si compartían: el sistema de control social, que era un modelo apoyado en el capitalismo.</p>

	<p>“Sagrado Corazón” donde no existía información relacionada con la investigación.</p> <p>Estudio y toma de notas del documental: Debord, G. (Dirección). (1973). <i>La sociedad del espectáculo</i> [Película].</p>	<p>Al comenzar desde lo general, desde el sistema capitalista, resulto más fácil encajar las teorías previamente investigadas y llegar a una conclusión. En resumen, la ilusión, el sueño que el sistema capitalista estaba ofreciendo, no era coherente consigo mismo. Su fachada democrática se desmoronaba y esto causaba este fenómeno de decepción y alienación en donde no solo los <i>nini</i>, <i>NEET</i> y <i>hikikomori</i> está incluidos, sino todos los usuarios del capitalismo.</p>
5	<p>Investigación de obras artísticas que utilizaran infografía y los recursos del <i>Culture Jamming</i>.</p> <p>Organización de notas para los primeros bocetos del contenido y la creación de la obra.</p>	<p>Habiendo aclarado este denominador común que era la primera inquietud, ofrecer una solución constituía la nueva inquietud. La manera de abordar esta pregunta fue desde las prácticas artísticas. Me interese en el <i>Culture Jamming</i>, el cual, como se especificó en el primer capítulo, ayuda a desenmascarar y adulterar mensajes para una apreciación crítica de estos. Usando esta aproximación del <i>Culture Jamming</i> planificaba un producto que contribuyera a la concientización de esta problemática. Se consideró prudente primero informar sobre la problemática para lograr un cambio esencial sobre ella. Así como se aprendió sobre ella para proponer el manual de alienación libro/obra y la serie de animaciones.</p> <p>Un elemento que se mantuvo desde el principio hasta el final del libro sería su estética de señalética y comic. Este lenguaje visual proporcionó ciertas ventajas. Una imagen algo neutral y conocida (señalética), y el comic que fusiona imágenes y texto para dinamizar la comprensión de la lectura.</p> <p>Aquí aparecen unos ejemplos de los primeros bocetos del libro y sus cambios.</p>

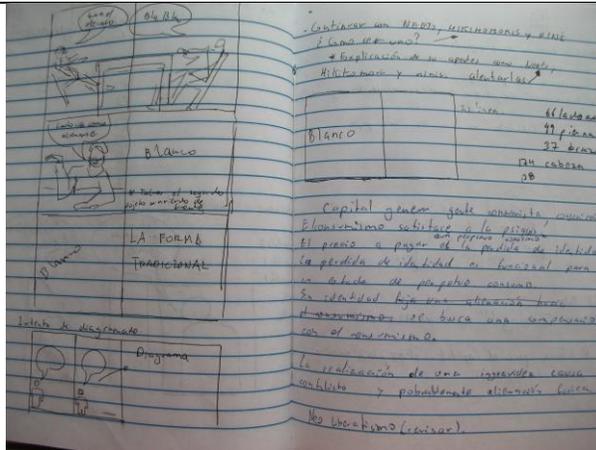


Fig.9

Imagen en JPG de la página 10-11 de la primera versión del libro:



Fig.10

Lo primero que se realizó en el libro fue la carátula, porque aún no se estructuraban los contenidos de este. Comenzar por la carátula parecía lo más prudente. Algunas carátulas se realizaron en el espacio de la materia de Taller 7, de la Carrera de Artes Visuales. Por ello se puede apreciar como el tema cambia desde la enajenación a la alienación. Las carátulas se muestran a continuación por orden de creación de izquierda a derecha:

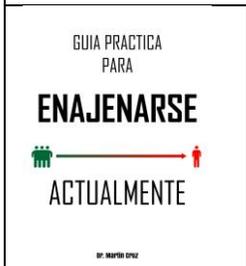


Fig.11



Fig.12



Fig.13



Fig.14

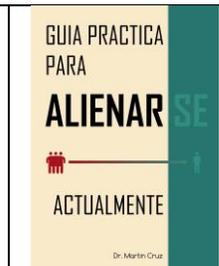


Fig.15

Después de ello esbozo en la libreta de notas los contenidos de la obra. Se condensaron dos intentos

de tópicos y contenidos, los cuales no resultaban coherentes, ni bien interrelacionados. Razón por la cual, la primera versión del libro era algo incomprensible, porque faltaba relación entre los temas. A continuación algunas imágenes de la primera versión del libro:

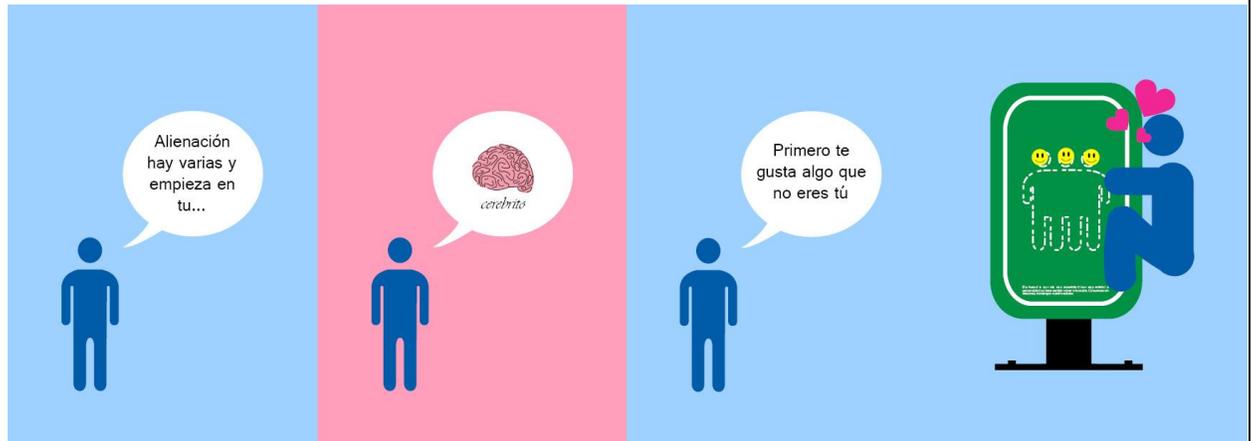


Fig.16 y Fig.17

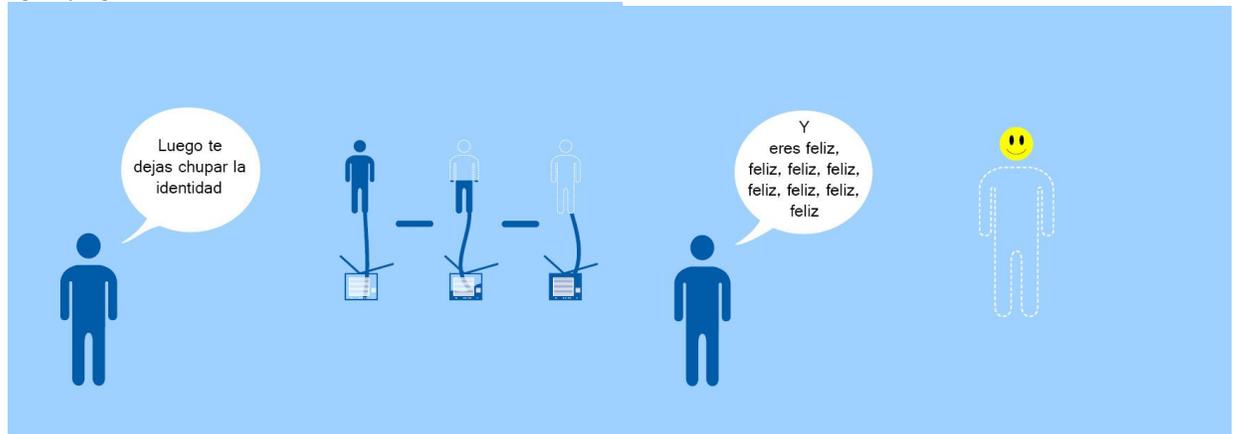


Fig.18 y Fig.19

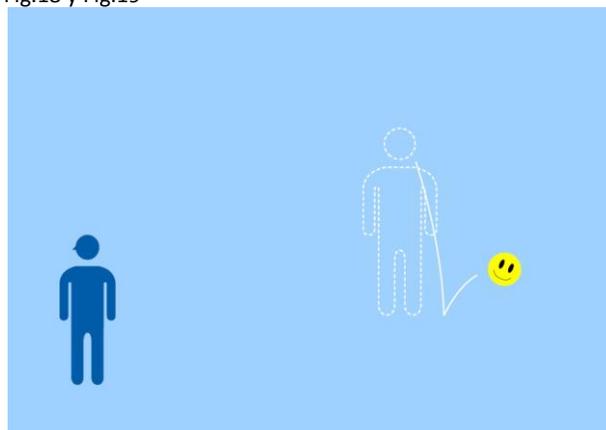
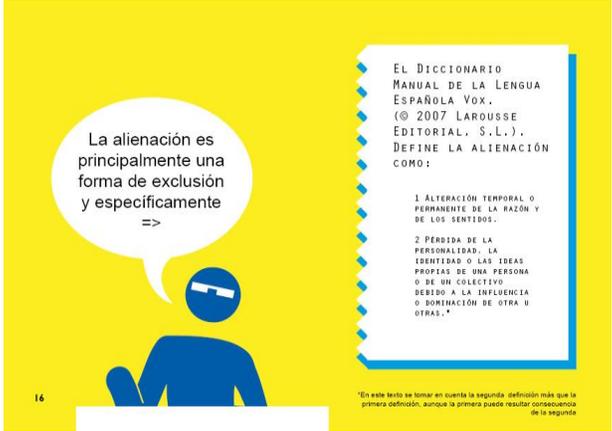


Fig.20

<p>6</p>	<p>Creación de un guía de contenido para las siguientes pruebas del libro. Esta se escribió en estilo de guion:</p> <p>(extracto capítulo 1) MÑ-A (MUÑECO AZUL): - <i>globo de texto</i> - Principalmente una forma de exclusión y específicamente: -<i>Siguiente página, la imagen simula una hoja de notas</i>- Cuadrado de texto o cabecilla: El Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. (© 2007 Larousse Editorial, S.L.). Define la alienación como:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Alteración temporal o permanente de la razón y de los sentidos. 2 Pérdida de la personalidad, la identidad o las ideas propias de una persona o de un colectivo debido a la influencia o dominación de otra u otras.* <p>*En este texto se tomará en cuenta la segunda definición más que la primera definición, aunque la primera puede resultar como consecuencia de la segunda.</p> <p><i>Usar apariencia intelectual sobre el personaje o poner un personaje intelectual junto al texto. (nota mental) Imagen de burgués y su esclavo</i></p>	<p>Las siguientes pruebas del libro fueron basadas en cuestiones estéticas más que conceptuales ya que el guion tenía el contenido resuelto:</p>  <p>Fig.21</p>
----------	--	---

Culminando el proceso investigativo, las pruebas y correcciones posteriores del libro se realizaron basadas en el guion mostrado anteriormente. Después de ello las correcciones se efectuaron directamente en el programa de diagramación *InDesign* y el programa de diseño e ilustración *Adobe Illustrator*. La estética de la obra se fundamenta en el criterio del uso de lenguajes formales propios de la señalética y el diseño, para evitar en lo más mínimo posibles malinterpretaciones, ya que entre sus principales metas está la comunicación, difusión y enseñanza de un tema específico. La elección del formato A6 está dada por su portabilidad y

practicidad, y por sus posibilidades de reproducción y difusión en distintos medios. De esta manera se buscó su coherencia con la propuesta artística.



Fig.22 - Imagen del primer capítulo.

El libro tiene aproximadamente 72 páginas (teniendo en cuenta las carátulas), las cuales se dividen en tres capítulos, una introducción y un anexo. La estructura es la siguiente:

- I. Introducción – La presentación del personaje/narrador en la guía.

- II. Capítulo 1. ¿Qué es eso? – Se realiza una introducción y ejemplificación de lo que es la alienación en general y en específico para el libro.
- III. Capítulo 2. ¿Cómo funciona? – Resumen explicativo del proceso de alienación del individuo por el sistema capitalista, el consumismo y los bancos.
- IV. Capítulo 3. ¿Cómo lo mantengo? – Provee de posibles soluciones para evitar el proceso de alienación por el capitalismo.
- V. Anexo – Una reflexión por parte del autor.

Se considera necesaria la difusión del libro porque hace referencia a una realidad que atañe a todos los que vivimos bajo el sistema capitalista. Es necesario el conocimiento y problematización de esta realidad para generar posibilidades de cambio. El libro intenta sumarse como una propuesta más que ponga en discusión al capitalismo. Por eso se consideran las plataformas web, redes sociales como *Facebook* y el blog de la editorial¹³ del libro para lograr una mayor difusión. También se planteó su divulgación en copias impresas a color y en blanco y negro para reducción de costo.

La utilización de un método cercano al científico en lo medible resulta algo peculiar tratándose de una investigación artística, donde es común basarse en la intuición y la justificación no es necesaria, porque el acto en sí constituye el fin. Esto conllevó a una resistencia a la aplicación del método científico. Sin embargo, al aplicarlo se logró ampliar la problemática y definir de manera óptima los objetivos del proyecto.

En lo referente al desarrollo de la investigación, el proceso definitivamente aclaró parte de las dudas iniciales. Por ejemplo, el fenómeno de la alienación que, con todas sus complejidades, parece responder a un nivel básico del ser humano, quien al perder la fe trata de reencontrarla en el sistema social. Esto resulta ser un fraude teniendo en cuenta que en este proceso el ser humano termina enajenándose. La enajenación funciona como un proceso de retraimiento direccionado hacia algo específico, como el consumismo. Es principalmente causada por la organización del sistema social capitalista en donde, inesperadamente, todos

¹³ Espejo Cultural; www.edicionesespejocultural.blogspot.com. Editorial ficticia en orden de cumplir con el simulacro cínico del producto.

estamos ya alienados. En un tono algo pesimista se puede pensar que el sueño solo durará mientras no se asimile que todo es una farsa.

La propuesta pudo haberse resuelto de distintas maneras, incluso en otros formatos (video, dibujo, pintura, escultura, etc.), pero lo importante en este caso es la investigación y poder mostrar los resultados de la misma. Donde se abarca de manera más detallada aquello que es la exclusión causada por el capitalismo. El libro y la animación ya concluidos, no abarcan todos los resultados de la investigación, más bien se trata de una síntesis de esta. Considero que en orden de alcanzar una mayor difusión de esta problemática, hay que considerar otras plataformas y formatos: videos, revistas, pancartas, intervenciones urbanas, etc. Irónicamente el método que parece lograr mayor incidencia en los sujetos, es el mismo que les recuerda su “alienamiento”: la publicidad.

En este capítulo se ha abordado el proceso de investigación bibliográfica que ha contribuido en la definición de la problemática, el uso de la teoría que unifica los distintos conceptos consultados y se ha mostrado cómo se realizó el desarrollo práctico de este proceso teórico. En el siguiente capítulo y con el fin de transparentar el proceso de creación de la obra, se revisará el desarrollo de contenidos y los procesos de diagramación.

4. CREANDO UN LIBRO DE POCAS LETRAS

Una vez aclarado en el capítulo anterior cómo que se creó una guía de contenido escrita a manera de guion para concluir el libro/obra, este capítulo se centrará en el análisis de esa guía en contraposición a la obra y su contenido. Como la guía/guion fue escrita sin pensar en un lector, aquí se la contrapone a una tabla conformada por: guion, imagen y el análisis del proceso creativo con el objetivo de mejorar la comprensión del procedimiento de producción de la obra. Así también se propone una tabla con el contenido del libro y la animación, mostrando el concepto detrás de la imagen.

Pero antes de continuar con el análisis del guion, es necesario definir los cuatro conceptos que se utilizaron de base para la elaboración de los contenidos del libro:

La nueva economía psíquica: Teoría elaborada por Charles Melman (2002), donde propone un nuevo ciclo vicioso, en el que el individuo acopla su psiquis en pos de una satisfacción inmediata. Las causas de este fenómeno están relacionadas con la manera de actuar del individuo teniendo en cuenta que el objeto¹⁴ siempre es reemplazable para poder acceder fácilmente al gozo inmediato¹⁵. Para poder lograr un gozo extremo, según Melman, se abandona la individualidad y se adopta una identidad global. Se convierte en un sujeto a secas. Con el rompimiento de las barreras de lo sagrado, solo queda el consumo y el derecho de consumo democratizado, todos, sin importar género, raza o etnia pueden llegar a ser él, ella o ello¹⁶. Todos están a favor de todo y los que están en contra, están en contra de todo.

¹⁴ El objeto, en el sentido psicoanalítico del término, donde su función consiste ligar al sujeto con el mundo exterior, sea este un objeto común u otro sujeto. En este caso de la nueva economía psíquica de este objeto no es fijo.

¹⁵ Se entiende la palabra gozo en el sentido psicoanalítico del término, donde el sujeto se encuentra experimentando el goce, sin que exista necesariamente placer. Es decir el *gozar* por *gozar* como una obligación, con la posibilidad de hartarse de gozar, si es que se logra.

¹⁶ Con "ello" me refiero a la posibilidad de traspasar la idea de lo humano, como sucede con las cirugías plásticas donde se adulteran la pigmentación del pelo y la piel para asemejarse a lo no humano. Un ejemplo de esto son las incrustaciones de metal en la cabeza en forma de púas, tatuajes por todo el cuerpo que asemejan manchas de leopardo, etc.

Siguiendo esta reflexión, no es uno mismo el que debe a la sociedad, la sociedad le debe a uno y ella apaciguará todas nuestras demandas o creará las demandas para satisfacer la falta de ellas.

Los lugares de reunión son espacios para los intereses comunes y por ello no hay cabida para el intercambio de ideologías distintas. Dentro de toda esta democratización del consumo se pierde al “Otro”¹⁷ ya que todos son los mismos, aunque parecen tener contenidos distintos tienen la misma forma o cumplen la misma estructura, lo que los hace prácticos e intercambiables en un sentido ideológico. Esto causa que el proceso de subjetivación no se cumpla por completo, sea por la falta de un referente real (el Otro) o que el referente real también imponga la fórmula del sujeto genérico¹⁸ al individuo subjetivado, lo que constituye un ciclo vicioso. Esto conduce a una confusión de los conceptos del “yo ideal” por el “ideal yo”. Estos conceptos desarrollados por Freud y continuados por Lacan (Melman & Lebrun, 2002:235) entienden el “ideal yo” en función de una psiquis definida y relativamente estable, (así sea dentro de su caos) con una identidad acotada por valores morales o éticos, como funcionó con la religión católica¹⁹ que se distingue de las sectas que se basan en la certeza²⁰. En cambio, el “yo ideal” es independiente de las posibilidades de intereses individuales que

¹⁷ Tomado del Glosario del mismo libro: *OTRO: Lacan escribió muy pronto Otro –otro con una letra mayúscula- para distinguirlo del compañero. Se trata entonces aquí de un lugar, que es en particular el lugar del lenguaje, situado más allá de cualquiera que sea y donde se sitúa lo que es anterior al sujeto y que sin embargo lo determina. La madre es la que hace oficio de primer Otro para el sujeto, lo que quiere decir que es ella quien torna presente, ante el niño, esa escena donde su subjetividad va a ser construida por palabras exteriores a él mismo antes de que él se apropie de ellas. La madre presta entonces su cuerpo para ser para el niño ese lugar del Otro, que es también el lugar del lenguaje, el lugar de los significantes.* (Melman & Lebrun, 2002:230)

¹⁸ Charles Melman (2002) describe un ejemplo de sujeto genérico en este caso: *Yo recibí ayer a una mujer joven que vino a verme porque, a pesar de los esfuerzos repetidos, ella y su marido no llegan a tener un hijo... como ocurre a menudo, el fruto de una pareja disociada, se organizó –se auto organizó- un universo caracterizado por el repudio completo de la dimensión del Otro*. Todo es allí racional. Esta racionalidad la ayuda a construir un mundo sin verdadera alteridad, donde el Otro no existe. Ella me solicita, pero no tiene manifiestamente ninguna transferencia. Viene a pedirme la ayuda a tener ese hijo, pero soy interpelado como una especie de potencia material. Sería aquél -papá Noel o cigüeña- que poseería la clave, la solución.* (Melman & Lebrun, 2002:166)

¹⁹ Donde el trauma que el padre (como institución y figura de poder) otorgaba al hijo contribuye a la subjetivación del sujeto y la fe daba cabida a la creencia de códigos y normas de comportamiento social, al igual que metas o la creencia en intereses personales.

²⁰ Charles Melman (2002) separa la convicción de la creencia, la fe de la certeza: *La secta es una organización, eso no se señala bastante, que no está fundad sobre la creencia. Estaríamos tentados también de agregar que no está basada en la fe. Apela a una dimensión psíquica totalmente diferente, la de la convicción, que es algo muy distinto de la creencia. La creencia supone un compromiso en un acto de fe, mientras que la convicción se trata de certeza.* (Melman & Lebrun, 2002:184)

puedan surgir, por lo tanto la creación de una individualidad no es una opción, como en la adolescencia, donde es fácil querer ser alguien que no eres. Sin importar la edad también se presenta el problema de la imposibilidad de crear un lugar fijo al cual pertenecer, en otras palabras, la incapacidad de crear o asociarse a un hogar.

Otro problema es el creciente gusto por el consumo²¹ y la irónica exigencia del sentimiento de control y límites, ya que estos podrían brindar la posibilidad de subjetivación, indicando el fin de las ventajas de la nueva economía psíquica, como resultado del sistema económico, social y cultural actual, basado en el consumo desmedido. Hay que aclarar que este comportamiento no es desconocido para el psicoanálisis, sin embargo, lo novedoso es cómo este se convierte en un fenómeno de masas. Esto sucede especialmente en los países del primer mundo y en las naciones en vías de desarrollo, un desarrollo a favor del capitalismo con todas sus repercusiones.

Desplazamiento del yo al yo social por el ídolo²²: A diferencia del desplazamiento del “ideal yo” y el “yo ideal” por el objeto²³, la crisis no es la pérdida del “ideal yo”, sino una tensión entre el yo individual en función de sus intereses y el yo colectivo en función de los intereses de la sociedad. Aquí el ser humano y su relación con los objetos sufre un proceso de abstracción²⁴ que prefiere las cualidades abstractas del objeto sobre su interacción directa con él, y el ser humano es apreciado como un número útil, como fuerza productiva, por sobre sus cualidades individuales. Es decir, al individuo se lo piensa como una herramienta para el

²¹ *Depende únicamente de los pueblos cuya expansión económica, acelerada, magnificada, globalizada, necesita para nutrirse que se rompan las timideces, los pudores, las barreras morales, las prohibiciones. Y esto, a fin de crear poblaciones de consumidores, ávidos de goce perfecto, sin límite y adictivos. Desde ahora estamos en estado de adicción hacia los objetos.* (Melman & Lebrun, 2002:61)

²² Concepto elaborado por Erich Fromm tomado del texto *La enajenación en la sociedad capitalista. Una aproximación a las tesis de Erich Fromm* (2009) ensayo elaborado por José María Fernández Paniagua.

²³ El “yo ideal” es un soporte ideal elegido por el sujeto para identificarse, en cambio el “ideal yo” atrae al sujeto a un ideal simbólico, similar a valores morales y éticos por los cuales daría su vida.

²⁴ *Otro concepto clave de la tesis de Erich Fromm es la abstracción, que puede considerarse una característica del desarrollo cultural de la humanidad, y la subordinación del hombre hacia ella. Podemos relacionarnos con el objeto de dos maneras: en su plena concreción, apareciendo con todas sus cualidades específicas y sin que haya otro objeto totalmente igual a él; y de manera abstracta, teniendo en cuenta solo las cualidades que tiene en común con otros objetos del mismo género, acentuándose siempre ciertas cualidades e ignorando otras.* (Fernández Paniagua, 2009:74)

sistema. Esto causa una crisis entre lo real y concreto, y no una mera abstracción. En este proceso es que José María Fernández Paniagua (2009:59-86), al hablar de las teorías de Erich Fromm, atribuye al capitalismo la formación de un ídolo que causa un consumismo permanente de abstracciones de cosas y no de cosas tangibles por parte del sujeto.

Así, la publicidad dirigida a un impulso irracional constituye un ejemplo del papel de lo fantasioso en la abstracción del objeto. El ídolo constituye el promotor respaldado por el carácter autoritario²⁵ que define la opinión pública y el sentido común pertenecientes al yo social. El ídolo toma la libido²⁶ y la torna hacia él, definiéndolo como el sistema capitalista, el consumismo, el dinero y el trabajo²⁷. Teniendo en cuenta que “El trabajo es un medio de obtener dinero y no una actividad humana con sentido” (Fernández Paniagua, 2009:8), el individuo comete el error de atribuirle sentido al consumo de las cualidades abstractas del objeto, ya que al no ser el objeto concreto y real se cuestiona si existe sentido en la impresión resultante de la intangibilidad de la acción.

Este proceso propio del capitalismo pasa por la alienación y finalmente la enajenación del sujeto por la sociedad capitalista y su proceso de cosificación del hombre como un objeto útil. Por ello, la consecuente enajenación del sujeto hacia el sistema capitalista (el ídolo), tiene como finalidad compensar su abandono de personalidad, considerada como una pasión irracional y conformista, donde el impulso de vida es inversamente proporcional al de destrucción.

²⁵ *En el carácter autoritario, se considera lo más importante la actitud hacia el poder que adopta la persona con esos rasgos. Para ella, solo existen dos géneros: los poderosos y los que no lo son. La fascinación hacia el poder es tal, que con su simple presencia (ya sea una persona o una institución) surge enseguida el sometimiento.* (Fernández Paniagua, 2009:71)

²⁶ En el sentido asignado por Freud, donde la *libido* es la fuerza vital del sujeto.

²⁷ *El individuo, aunque hubiera obtenido una nueva libertad, por un lado, se encontró más solo y aislado en el nuevo sistema capitalista, se convirtió en un instrumento en manos de fuerzas externas abrumadoras. Para superar la inseguridad interna, el individuo se refugió en varios factores: en la posesión de sus propiedades (indisociables de su propia personalidad, por lo que su ausencia se convierte una merma de su propio yo); en el prestigio y el poder, en parte consecuencia de la posesión de bienes, en parte resultado directo de su éxito con la competencia; para aquellos con escasas propiedades y nulo prestigio social, el refugio será la familia (en la que se sentirá "alguien"), y también la nación, la clase o cualquier grupo en el que pudiera sentirse superior a otros.* (Fernández Paniagua, 2009:80)

El anhelo de muerte o autodestrucción es implantado como forma de huir de la impotencia de lograr sus intereses. Parte de esta pérdida de identidad se origina en la falta de un pensamiento activo para auto-descubrir el mundo y el amor a la libertad. Debe tomarse en cuenta que en esta teoría (Desplazamiento del yo al yo social por el ídolo [Fernández Paniagua: 2009]) lo que no es el objeto concreto es considerado una falacia mientras que el mecanismo de protección que Fernández Paniagua sugiere consiste en el retraimiento absoluto y la magnificación del propio yo. Tenemos que cuestionarnos qué tan vigentes son los conceptos del *objeto abstracto* y los *mecanismos de protección* en la actualidad. Esto es en el caso del consumo del objeto abstracto donde debemos preguntarnos si lo que se consume son predominantemente signos reemplazables o símbolos concretos, porque ahí puede radicar la diferencia en la estabilidad del contenido tratándose de un concepto inmaterial.

También hay que considerar las barreras cada vez menos relevantes entre la realidad descrita como tangible y la realidad virtual, que diluyen la barrera entre el objeto abstracto y el objeto real. Con respecto a los mecanismos de protección (Fernandez Paniagua: 2009) habría que cuestionarse si aún son factibles, ya que al acoplar los mecanismos de protección con la teoría de Charles Melman sobre la nueva economía psíquica (Melman & Lebrun:2002)²⁸ y al no existir una individualidad en el sujeto, este ego no puede ser magnificado ni retraído.

Esclavitud moderna: Siguiendo la idea de que el modelo de vida del sistema capitalista es un nuevo sistema de esclavitud, hablar de una alienación global no suena tan disparatado. El documental “De la Servidumbre Moderna” (Brient, 2009) profundiza en cómo el sistema, sumido en una alienación silenciosa, construye constantemente un mundo fractal basado en la propiedad privada y la mercancía, una homogenización mundial, en donde el sujeto está poseído por las “posesiones” que dijo poseer. De esta manera, la esclavitud se puede entender en dos sentidos, uno económico y el otro psicológico²⁹. En el aspecto económico, el sistema monetario crea el dinero de la nada, es jerárquico, estabiliza el mercado económico a coste de

²⁸ En donde los recursos de la psiquis, sus procesos y desenvolvimiento, se acoplan para que el sujeto pueda gozar sin límites y ser quien quiera ser, una identidad acoplada al consumo y adicción hacia los objetos.

²⁹ Como observamos anteriormente la nueva economía psíquica de Charles Melman promete al sujeto la mayor de las libertades a costa de poder tomar decisiones propias.

los contribuyentes (impuestos). Pero, para tener una gran posibilidad de consumo, se necesita una distribución disparada de los recursos y por lo tanto una creciente pobreza³⁰. En el sentido psicológico –ya profundizado por Charles Melman- a la sociedad se la somete al placer inmediato. En la promesa del consumismo todos los excesos están permitidos y apoyados por un monopolio de apariencia, un mar mediático, es decir, una hegemonía cultural y de identidad³¹.

Ciclo del capitalismo³² y del consumismo: El ciclo del capitalismo y el consumismo, explicado de manera simple, funciona con la propiedad privada, el incentivo económico que constituye un plus en las ganancias y el poder adquisitivo para una mayor capacidad de consumo. Lo que mantiene funcionando al capitalismo es la competencia, teniendo en cuenta que se trata de un sistema jerárquico que causa un constante flujo de dinero y acumulación de capital. El ciclo del consumismo es aún más vicioso, este confía en el consumidor como un ente que no parará de acumular con tal de satisfacer de manera inmediata sus necesidades. Este ciclo comienza con el poder adquisitivo, con la paga o remuneración económica, que es lo que garantiza la posibilidad de comprar, consumir, desear más, y volver a buscar

³⁰ Documentales como Zeittgest (Joseph, Zeittgeist, 2007), The Corporation (Achbar & Abbott, 2003), y Four Horsemen (Ashcroft, 2012) Food, Inc. (Kenner, 2008); Home (Arthus-Bertrand, Home, 2009) y Planet Ocean (Arthus-Bertrand & Pitiot, Planet Ocean, 2012) realizan acercamientos a la problemática.

³¹ Antonio Gramsci define la hegemonía como aquello que conduce, es guía o líder de un movimiento –quien lleva la delantera- que afecta “no sólo en el plano material de la economía o en el plano de la política, sino además sobre el plano de la moral, del conocimiento, de la "filosofía"”. (Gruppi:1978)

³² El Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. (© 2007 Larousse Editorial, S.L.). Define al capitalismo como: Capitalismo s. m.

- 1 Sistema económico y social basado en la propiedad privada de los medios de producción, en la importancia del capital como generador de riqueza y en la asignación de los recursos a través del mecanismo del mercado: a través de la historia, la economía agraria va cediendo terreno al capitalismo, que surge con la aparición de la moneda.
- 2 Conjunto de capitales y capitalistas: después de las elecciones, seguía el capitalismo en el poder.
- 3 En la doctrina marxista, régimen económico, político y social basado en la búsqueda sistemática del beneficio mediante la explotación de los trabajadores por los propietarios de los medios de producción y de cambio: el capitalismo fomenta la explotación del hombre por el hombre.

En este texto se usa la primera definición de capitalismo para poder hacer hincapié en la tercera.

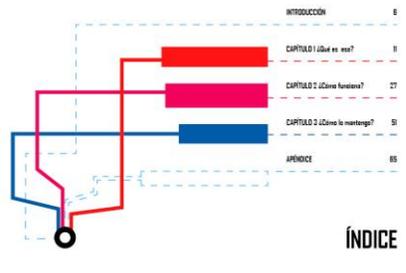
remuneración económica para no dejar de consumir y si es posible acumular, es similar a una adicción.

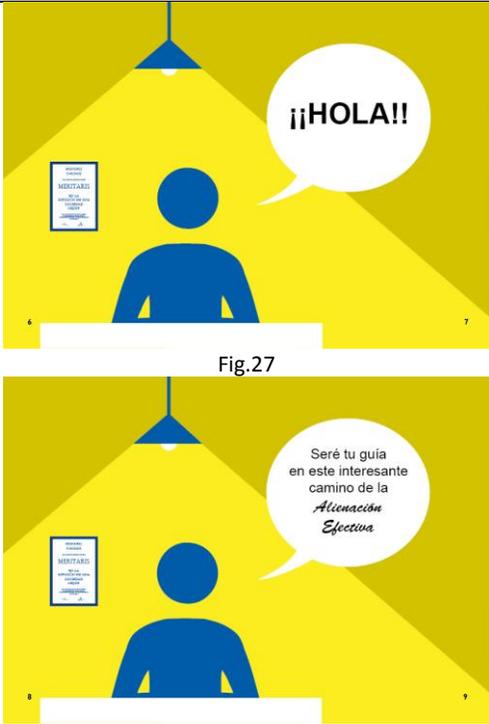
Al usar estos conceptos (la nueva economía psíquica, el desplazamiento del yo al yo social por el ídolo, la esclavitud moderna y el ciclo del capitalismo y del consumismo) para la estética general de la obra se opta por formas simplificadas, de fácil comprensión con el objetivo de condensar el contenido. A continuación, en la tabla se explican los criterios que se utilizaron para su creación³³ y las diferencias entre el guion original y el resultado final.

GUION BASE	RESULTADO FINAL	DESCRIPCIÓN/ANÁLISIS/CAMBIOS
		<p>Portada:</p> <p>La composición utiliza como referente un patrón televisivo, con el objetivo de atraer la atención hacia el presentador en primer plano.</p>

Fig.23

³³ Esto no quiere decir que sean los criterios únicos de lectura de las imágenes pero si relevantes en su desarrollo.

	 <p>ESPEJO CULTURAL</p> <p>¿CÓMO? ¿ALIENAR? SE</p> <p>Una guía ILUSTRADA para la vida</p> <p>Dr. Martín Cruz</p>	<p>Contraportada: Juego cromático con el fin de acoplar la anterior portada con el inicio del interior del libro que es azul en las tres primeras páginas.</p>
	 <p>ÍNDICE</p>	<p>Estética de mapa de recorrido de bus. Se pretende comunicar de manera implícita que los contenidos están relacionados, aunque no se crucen dentro del libro, al hacer que todos surjan de un mismo punto con las líneas entrelazadas.</p>
<p>Citas para el libro:</p> <p>¡¡SI!! ¡¡SI!! ¡¡Nosotros lo hicimos!! Pero, antes de que nos juzgues piensa sobre esto: videojuegos, música rap, el internet. La publicidad nos hizo algo que su generación calló con las drogas para que puedan ser aún más ricos. ¡¡Quién es la verdadera víctima!! Y mientras estamos en ello piensa en esto. Quién es el verdadero cómplice. La víctima de tu corrupta sociedad o el hombre que pudo haber hecho algo pero dejó que pasara.</p>	 <p>Fig.26</p>	<p>Contraponer dos citas, una crítica y otra optimista, sobre el sistema. La composición se concibe de manera triangular, el foco como un ojo a medio abrirse iluminando al sonriente hombre verde. Inicialmente se lo pensó verde por el dinero.</p>

<p>The World of Gumball – Episode “The Sweaters”</p> <p>¿El Estado intervino en esto? Muy poco. Solo mantuvo el camino despejado para la codicia humana y el egoísmo, y así promover el bienestar del consumidor</p> <p>Milton Friedman</p>		
<p>MUÑECO AZUL – es presentado antes del primer capítulo</p> <p>MÑ-A³⁴: Hola</p> <p>MÑ-A: Seré su guía a través de este camino hacia la...</p> <p>MÑ-A: ¡¡Alienación!!</p>	 <p>Fig.27</p> <p>Fig.28</p>	<p>La introducción del narrador y personaje principal del libro/comic. Se mantuvo el foco para no realizar un gran salto de composición entre escenas.</p>
<p>PÁGINA SIGUIENTE DE CADA CAPITULO</p>		
<p>CAPITULO 1 ¿Qué es eso? ¿Se come? ¿ALIEN...eishion? - ???</p> <p>Se mantiene color de fondo amarillo.</p>		<p>Primero va una página en blanco para especificar el inicio de un capítulo.</p>

³⁴ “MÑ-A” se mantiene para muñeco azul.

	<p style="text-align: center;">CAPÍTULO 1</p> <p style="text-align: center;">¿QUÉ ES ESO?</p> <p style="text-align: right;">11</p> <p style="text-align: center;">Fig.29</p>  <p style="text-align: center;">Fig.30</p>	<p>En lugar de amarillo se cambió a fondo rojo, para mantener un fondo individual. El fondo contrasta sobre figuras y texto en negativo, que representarían una ilustración del tema del capítulo, este sería el criterio para los siguientes capítulos acompañados de un inglés “mal” pronunciado al español.</p> <p>La primera portada nace de la idea de ¿Quién aliena a quién? ¿Qué es alienación?</p> <p>Por ello el personaje que abduce es igual al abducido.</p>
<p>CAPITULO 2 ¿Cómo funciona? YEAH LINEISHION – un apocalíptico integrado</p>	<p style="text-align: center;">CAPÍTULO 2</p> <p style="text-align: center;">¿CÓMO FUNCIONA?</p> <p style="text-align: right;">27</p> <p style="text-align: center;">Fig.31</p>  <p style="text-align: center;">Fig.32</p>	<p>Dándole un toque <i>cool</i> a la imagen a través de una tipografía atractiva en <i>serif</i> y se añade al personaje una gafas de sol.</p> <p>Nótese el subtítulo “un apocalíptico integrado”; siguiendo el concepto de Charles Melman en donde el nuevo sujeto a secas al hacer uso de su “nueva economía psíquica” termina auto reproduciéndola en otros sujetos. Como su imagen se vende con apariencia de “genial” este lleva gafas de sol (citando el cliché), a él lo tenemos por <i>sujeto común</i> algo mutante, entrecortado, vacío e incompleto porque ha perdido su identidad propia al asumir una</p>

		<p>colectiva (por ello el integrado en el subtítulo). Por el otro lado, apocalíptico, ya que su unión constituye el fin del individuo y específicamente de la individualidad.</p>
<p>CAPITULO 3 ¿Cómo lo cambio? ¿Cómo lo aplico? IDEALISEISHON – una cómoda calamidad</p>	<p style="text-align: center;">CAPITULO 3</p> <p style="text-align: center;">¿CÓMO LO MANTENGO?</p> <p style="text-align: right;">53</p> <p style="text-align: center;">Fig.33</p>  <p style="text-align: center;">Fig.34</p>	<p>¿Qué tanto queremos todos ser millonarios? ¿Será que las comodidades nos apaciguan y malcrían? ¿O es la única opción que conocemos?</p> <p>Aquí el personaje azul sobre el sofá es presionado por sus padres para obtener dinero. IDEALISEISHON, la idealización de una vida más cómoda termina en una calamidad hacia uno mismo. De nuevo el confundir consumismo y comodidades por felicidad, da como resultado frustración, por ello el personaje está acostado sobre el sofá.</p>
PRIMER CAPITULO		
	 <p style="text-align: center;">Fig.35</p>	<p>La imagen es un remanente de la primera versión del libro, inicialmente decían:</p> <p>Sujeto Azul: ¿Qué es el alienado?</p> <p>Sujeto Verde: Bla, Bla, Blaa.</p> <p>Se decidió volver al sujeto verde, un personaje algo cínico, que daría respuestas que cierren la discusión sin indagación. Por ello se menciona a Dios como único conocedor, es decir como respuesta absoluta.</p>
<p>MÑ-A: Principalmente una forma de exclusión y específicamente:</p>		<p>El texto fue posteriormente corregido, los lentes vienen a connotar la</p>

Cuadrado de texto o cabecilla: El Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. (© 2007 Larousse Editorial, S.L.) define la alienación como:

Alteración temporal o permanente de la razón y de los sentidos.

Pérdida de la personalidad, la identidad o las ideas propias de una persona o de un colectivo debido a la influencia o dominación de otra u otras.*

Usar apariencia intelectual sobre el personaje o poner un personaje intelectual junto al texto. Imagen de burgués y su esclavo:

*En este texto se tomará en cuenta la segunda definición más que la primera definición, aunque la primera puede resultar como consecuencia de la segunda.

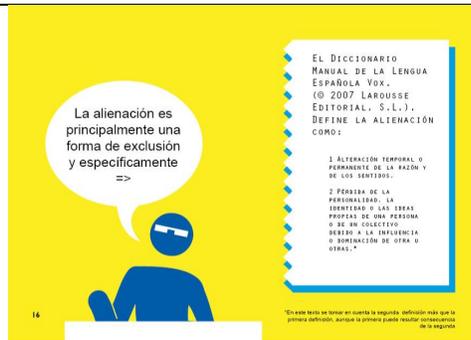


Fig.36

intelectualidad.

La ilustración de la página derecha es un espacio para la cita, la sombra cian la separa del fondo haciendo más atractiva la ilustración como si fuera una página de cuaderno.

En este punto se introduce el concepto de alienación.

Título en esquina (letra todos blanco): Vendedores de supermercado

MÑ-A: Siempre me dejan esa impresión de hacer algo que no quieren en su sonrisa.

Vendedor congelado sonriendo, jefe vigilándolo.

Dejar cuadro de texto para posible dato curioso.



Fig.37

- La tipografía *AgencyFb* no se mostraba bien en blanco y se la cambió a negro. Se acomodó al narrador en la hoja anterior para dar espacio a la composición.
- El rostro del narrador fue tomado del programa de dibujos animados *South Park* por su buena síntesis de las expresiones.
- Se quitó de la frase la palabra *sonrisa*.
- Como la alienación es un concepto que varía entre exclusión y represión aquí el alienado es el empleado por el jefe.

<p><i>Título en esquina: Educación (de un modelo militar- typefacelatina)</i> MÑ-A: Es como programación de computadoras pero en humanos. <i>Imagen de estudiantes robots, explotando.(Errrrr orrr)</i> <i>Dejar cuadro de texto para posible dato curioso.</i></p>	 <p>Fig.38</p>	<p>El título en esta página a diferencia de los demás ejemplos se lo puso en mayúscula para poder contrastar con el subtítulo y tener una armonía <i>serif</i> y <i>sanserif</i>. El ejemplo hace referencia a la programación de computadoras por ello la cabeza del alumno sale con un resorte y pronuncia: Errrrr...ooooor. La alienación esta en forzar al personaje en ese aprendizaje.</p>
<p>Título en esquina: Guerras y colonizaciones: MÑ-A: Obvio. Estética, pintura de cavernas. Nativos perseguidos por colonizadores con carrito de compras Dejar cuadro de texto para posible dato curioso.</p>	 <p>Fig.39</p>	<p>Aquí el ejemplo viene a ser lo mismo que sucede en las colonizaciones y las guerras al grupo perdedor, se lo excluye, es decir se lo aliena. Por ello dos nativos son perseguidos por un colonizador con un carrito de compras.</p>
<p>MÑ-A: Pero, la definición de acuerdo a este libro es por: Cuadrado de texto o cabecilla: En la idolatrización del capital surge un fenómeno que hace de los sujetos una especie de seudosujeto común, que pueden llegar a alienarse y enajenarse por participar en el proceso capital y social. Imagen de <i>zombis</i>, pidiendo dinero y comodidades en vez de cerebros.</p>	 <p>Fig.40</p>	<p>No ocurrieron cambios del guion a la versión final. Solo que al zombi se lo puso directamente a pedir una comodidad (un carro) en vez de hacer la comparación con cerebros, obviamente para hacer del zombi una representación de un ente consumista. Curiosamente, el zombi en su apogeo popular encaja perfectamente con el seudosujeto común a secas de Charles Melman, con el sujeto irracional de Erich Fromm y con el esclavo de Jean Francois Brient. Los zombis se acercan más a un abstracto, a un denominador común, que a un ente individual, a un sujeto cualquiera que forma parte de</p>

		una gran masa de iguales irracionales y esclavos de sus deseos.
SEGUNDO CAPITULO		
<p>Fondo verde</p> <p>MÑ-A: Se sostiene en gran parte por el ciclo del capitalismo-consumismo.</p>	 <p>Fig.41</p>	<p>Se cambió el texto del globo por la frase “El proceso alienante...”, para volver al contexto y continuar con el libro.</p> <p>Se cambió también el fondo a naranja porque generaba mejor contraste entre colores.</p>
<p>Ilustración proceso capitalista-consumista:</p> <p>Una página para círculo capitalista, infografía, estética de burbuja sucia:</p> <p>Círculo capitalista: Ganancia (plus, incentivo) – competencia (motor, reciclador)</p> <p>Propiedad privada al centro junto a consumismo compartiendo un círculo más pequeño</p> <p>Una línea se desvía desde ganancia hacia el centro, a la propiedad privada</p> <p>Gráfica a debajo de la infografía de las ganancias en forma de un globo de fiestas inflado por la propiedad privada</p>	 <p>Fig.42</p>	<p>Esta es la segunda versión de la infografía, la primera versión tenía más en cuenta la estética que la funcionalidad. Entonces se decidió simplificar el diseño y utilizar íconos reconocibles:</p> <p>Hueso/croqueta= incentivo Dólar y el + = <i>plus</i> económico Candado = propiedad privada Flecha hacia arriba = competencia Flecha circular = giro / reciclaje / competencia</p> <p>Los elementos se acomodan de manera que se represente el ciclo del capitalismo. Por ello la propiedad privada va en el medio, la competencia en la cima de la pirámide, el incentivo unido al símbolo de dólar y la flecha circular une el principio con el final de la pirámide.</p>

Una página para círculo consumista:
 Ganancia de dinero – compra –
 consumismo – compra (necesario
 ganancia).
 Al centro un gran círculo de
 acumulación.

Cuadro de texto o cabecilla: Tener
 más de lo que necesitamos es parte
 lógica del capitalismo para poder
 plantear al ser humano como un
 consumidor permanente.

MÑ-A: Lo que da sentido a la
 ganancia de dinero es el incentivo
 y el gasto, nunca el papel en sí.
 Entonces regularmente el tiempo
 que se gasta uno en el trabajo
 resulta innecesario si se consigue
 dinero sin el trabajo con tal de poder
 gastarlo.

Un pequeño rey.



Fig.43

En la segunda versión se decidió
 simplificar el diseño y utilizar íconos
 reconocibles:

Dólar = ganancia económica
 Bolsa de compras = compra
 Vaso de gaseosa con sorbete
 =consumo
 Cara feliz con ojos de bolsa de
 compras = deseo de consumo
 Círculo a medio llenarse con un líquido
 = acumulación

De igual manera, los elementos están
 acomodados para presentar el ciclo
 del consumismo, por ello van en
 secuencia. La línea que los une indica
 que se trata de un ciclo vicioso.

MÑ-A: Entonces la acumulación de
 capital se convierte en una
 recompensa la cual no es igual para
 todos por la competencia propia del
 sistema. Y así el capitalismo se
 convierte en una carrera de
 desgaste. UNETE : D

Una carrera de desgaste, el gordo
 capital va más rápido, debe verse
 algo bobo.



Fig.44

Aquí no hubo grandes cambios con
 respecto al guion de la edición
 anterior. Posteriormente, se añadió la
 cara de emoción en el rostro del
 presentador.

(En una esquina y en cuadro narrativo) MÑ-A: Esto causa un proceso de abstracción

Proceso de abstracción, con estética de legos o rompecabezas, haciendo uso de una narrativa secuencial de comic y el uso de leyendas /recuadro superior para texto) sobre la ilustración:

(leyenda) El modelo social es acoplado al modelo capital:
Piezas juntas, el capital es la pieza grande y preferiblemente verde.
(leyenda) El interés del sujeto se moldea al interés del modelo social, o sea al interés del capital (familia e instituciones de poder en medio, representadas con el martillo).
Sujeto pieza única no compatible.



Fig.45

La estética de un micro comic es pensada para facilitar una asociación de imágenes y una lectura más fluida. El uso de figuras geométricas simples, nace en un principio para hacer una cita a legos o piezas de construcción. Al final la idea de que estas se acoplen fue la elección.

La segunda imagen se pensó con las teorías de Melman y Fromm para mostrar como el modelo social construye al sujeto a partir de sus intereses de producción: el niño pasa de querer ser *superman* a querer dinero.

De ahí a que el micro comic sea la síntesis del proceso de abstracción de Fromm y de la des-individualización de Melman.

(leyenda) Resultando en una pieza más que confortable al modelo social.
Sujeto pieza común, magullada e integrada
(leyenda) También uno elige magullarse y cambiar por cuenta propia.
Comparación de una pieza (en blanco pequeña) y otras piezas "atractivas".

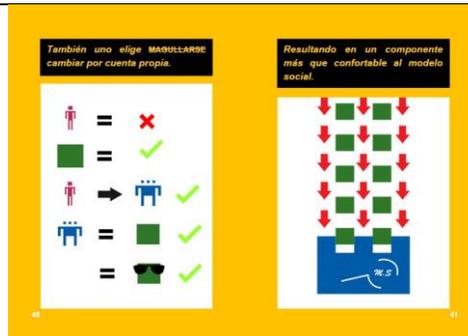


Fig.46

En la primera página se construye un modelo de relación donde el sistema instruye en lo que es correcto o no. De esta manera el individuo lo hace por su cuenta, es decir un fenómeno que se auto reproduce.

En la segunda los sujetos moldeados son los que el sistema social puede "digerir" con mayor facilidad.

(leyenda) Normalmente este cambio (refiriéndose a la anterior viñeta) si es auto impuesto no es visto como resultado del sistema capital sino del ideal, como sucede en la adolescencia:

Una pieza ensalzada como la pieza a ser (la pieza ideal), en formato de publicidad.

(leyenda) Y el cambio ocurre y como todo cambio uno sacrifica algo:

Sujeto azotándose, pensando en “la pieza”, en la página se puede apreciar cómo le salen palabras como: personalidad, dignidad, sexualidad, dinero, amistad, idioma, cultura, familia.



Fig.47

En la auto-reproductibilidad de este fenómeno (la pérdida de identidad por la nueva economía psíquica), el ensalzamiento del ideal que vende el sistema es importante. Por ello en el mini comic la imagen de la primera página funciona como un ejemplo de propaganda.

En la segunda página se muestra como el sujeto sacrifica parte o la totalidad de su individualidad para ser como el ideal.

Para que la pieza no colapse por su vaciado, vive una vida de consumo basado en el placer inmediato:

Tipo *Pacman* comiendo compras de supermercado, películas, juegos, música, drogas legales e ilegales, otra gente, etc.

Cuando la pieza se da cuenta de que ha perdido algo se ve a sí misma vacía y encuentra su realidad igual de vacía y diferente de lo imaginado. Y ahí es cuando se enajena porque desde que se formó para el sistema ¡¡Ya estaba alienada!!

Pieza deprimida y sola, tal vez mirándose a un espejo o desde una ventana a un mundo contaminado.

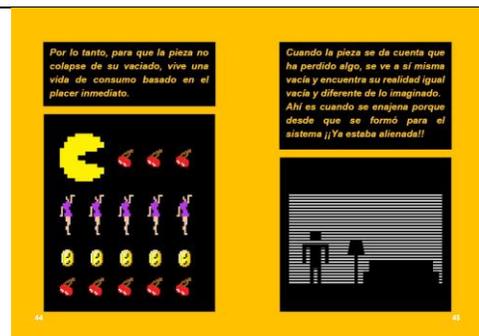


Fig.48

Por la pérdida de estas *anclas* de personalidad, el personaje se retrae y se enajena hacia el consumismo. Por ello la primera imagen de la página izquierda es de *Pacman*.

En la segunda imagen se muestra una organización de los elementos más teatral. La intención es mostrar una escena de soledad, de sobriedad y obscuridad para resaltar al ya enajenado individuo.

MÑ-A: Hay varias razones para que una pieza entre en enajenación, pero nada en específico:

Ilustración de proceso de “chupado” de identidad por la publicidad. Ilustraciones varias, señalética de mapa, estética de juego de dados. Al final tipo en el piso o lápida indicando su muerte, todos los íconos del trayecto le estarían pidiendo dinero.

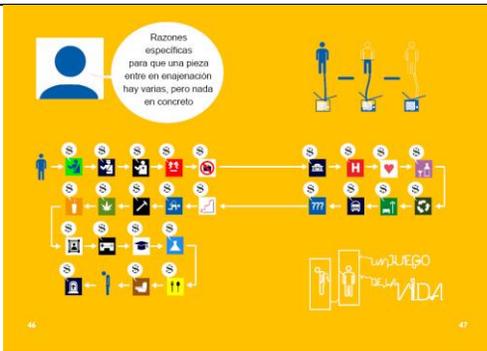


Fig.49

Esta página no tuvo muchos cambios de lo escrito en el guion.

La elección de íconos se basa en las lecturas estadísticas que se efectuaron en la investigación. Aclaro que no siguen un proceso que se haya descrito en las lecturas, solo tomo algunos datos de los varios que había y los artículo en la ilustración.

MÑ-A: Esto convierte al capital y al sistema en que estamos metidos más que en una religión, en una institución religiosa. Donde todos sin querer queriendo somos capitalinos.

Una Iglesia capitalina versión banco.



Fig.50

De igual manera, estas páginas no tuvieron mayores cambios. Al narrador se le añadieron elementos faciales con símbolo del dólar para enfatizar su concepción del capital y de los bancos como institución religiosa.

MÑ-A: Entonces todos hemos cambiado. Todo el mundo ha cambiado. Nuestra mente ha cambiado. Lo hemos hecho juntos y en gran parte es gracias al capitalismo.

Un globo-mundi verde, bien verde, narrador encima acostado



Fig.51

Aparte del: ¡¡Gracias capitalismo!!

No hubo mayores cambios en el guion.

En general en el libro se usa mucho el ícono de monopolio por sus connotaciones económicas y empresariales, que hacen referencia al consumismo, la acumulación y el consumismo.

CAPITULO 3

<p>(En casi un primer plano) MÑ-A: En orden de mantener la maquinaria funcionando, debes seguir los siguientes consejos.</p>	 <p>Fig.52</p>	<p>No hubo mayores cambios en el guion aparte de mostrar al narrador como un juez, para enfatizar su declaración como una orden.</p>
<p>(En una esquina y en cuadro narrativo aparecen todos los consejos) MÑ-A: Mantente consumiendo, <u>no</u> creando algo, <u>no</u> cuestionando al sistema.</p> <p>Gordo y perezoso viendo televisión con ojos de pez, dice: soy muy gordo y perezoso para hacer algo.</p> <p>MÑ-A: Nunca cambies la base del sistema solo realiza pequeños cambios sin importar la superficie. Persona ocultando al cadáver de alguien.</p>	 <p>Fig.53</p>	<p>Las siguientes imágenes siguen el guion casi sin cambios.</p> <p>La única imagen que no sigue una representación plana y claramente icónica es la primera de esta página, que muestra a un hombre en dos dimensiones viendo televisión. Está graficada así para poder hacer uso de la sombra de la televisión.</p>
<p>MÑ-A: Nunca permitas, por ninguna circunstancia que el sistema pare.</p> <p>Hombre pidiendo bebes para la caldera.</p> <p>MÑ-A: Convierte todo símbolo revolucionario en cliché y mercancía.</p> <p>Narrador a lo <i>Che</i>.</p>	 <p>Fig.54</p>	<p>Se cambió el ejemplo de la primera página de una persona que alimentaba una máquina con bebes, a la de dos personajes en un carro que se arriesgan a morir por ir más rápido.</p>

MÑ-A: No te organices, no difundas y no actúes.

Un Rambo sosteniendo su pistola diciendo: Los sindicatos y comunidad son para mariquitas.
 Agente encubierto dice sosteniendo pistola: No necesito de nadie más para resolver esta misión.

MÑ-A: Cree en los monopolios mediáticos, publicitarios, políticos, empresariales y en el chisme, sin cuestionarlos.

Tele dice: Usted es gordo, feo, chiquito, no caucásico y estúpido. Es salvaje. Solo haga lo que le decimos y no será usted mismo. Ahorita.



Fig.55

En la primera página se cambió el ejemplo de un personaje a lo Rambo, que ensalzara el poder de la individualidad por encima de la colectividad, por un personaje a lo agente 007 que cumple la misma función, pero en su globo de texto se refiere a una misión. En cambio, el personaje Rambo (como lo concebí) descartaba abiertamente una ayuda en comunidad, lo cual no iba en contexto con el personaje.

MÑ-A: Apoya la eliminación de los derechos humanos, los derechos de la naturaleza y los derechos sobre la vida. Para una mejor privatización, regulación, explotación, control y distribución de estos recursos.

Publicidad dice: La YU-ES-EI (USA) ya lo hizo, que espera usted y su país para hacerlo.

MÑ-A: Bueno, he aquí el final. Gracias por dejarme compartir esta información contigo.

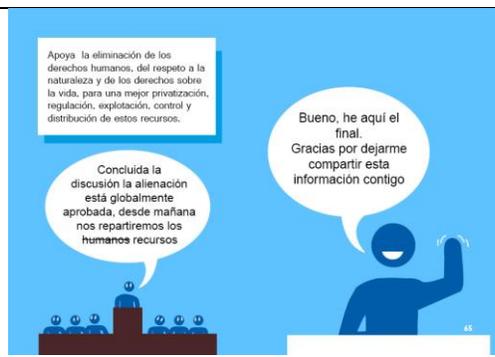


Fig.56

El ejemplo en la primera página cambió ya que la idea general no está bien esbozada y se acopló mejor a un tribunal que es más coherente cuando se quiere connotar un indicio de fraude.

EPÍLOGO

Gran nube de texto saliendo del narrador con apariencia intelectual pensando:

Primera versión:

A donde el mundo se dirige solo hay anhelo de muerte. Muerte en muchos sentidos, muerte física, muerte psicológica, muerte espiritual, muerte institucional, muerte del poder, muerte de la subjetividad, muerte a la crítica, muerte del pensamiento, muerte del conocimiento, muerte de ética y moral, muerte de género, raza y credo, muerte, solo muerte. La humanidad se volvió una analogía para el cáncer, el sida y las bombas nucleares. De virus, de lo no-vivo y de la desintegración.

Se desarrolló como portadora de muerte para ella misma a sus congéneres y a su medio ambiente, sea ciudad, metrópolis, pueblo campo, selva, mar, etc. El anhelo es tan fuerte que parece un goce. Un goce pervertido, a veces inocente, a veces perverso. Tal parece demostrar que no se quiere cambiar hasta que se toque fondo. En ese caso hay que celebrar y vivir este goce perverso hasta el límite, hasta el final. Porque grandes desgracias se avecinan para todos pero son síntomas de esperanza. Esperanza, pero solo para aquellos que sobrevivan después de la catástrofe. Ya que el caos es oportunidad para

El capitalismo nace en la posibilidad de tener más cosas y de manera privada. El crecimiento económico desequilibrado entre sujetos causa una distribución dispereja de los recursos. La distribución del trabajo es jerárquica y por lo tanto surge una nueva forma de esclavitud. La consecuente globalización y difusión de este modelo, ahora cultural, da la posibilidad de adoptar una cultura popular: una cultura del consumo.

El costo de esta nueva identidad global, llena de libertades y placeres, es la subjetividad. La crisis resultante es la pérdida de identidad y la falta de pertenencia, de sentir un hogar. Los placeres inmediatos pero no duraderos aplacan estas faltas por medio del consumismo que mantienen ocupado al individuo alienado, que realmente está vacío.

El capitalismo también causa una crisis global, ya que éste comienza a funcionar mejor cuando menos respeto a los valores humanos mantiene. Mientras más éxito económico se obtiene, más recursos se le quita a alguien más y esto se convierte en una forma magnificada del egoísmo humano que se vuelve indiferente a la vida en general. El continuo sistema capitalista impregna sus valores a los individuos que lo practican. Uno se pregunta si a la gente aun le importa el concepto de humanidad o si ya está completamente alienada.

Dr. Martín Cruz

Fig.57

El epílogo tuvo dos versiones hasta finalmente escoger la que se muestra en la imagen. La razón de ello se debe a que se quería que la voz fuera más impersonal y más corta para que pueda entrar en una página A6.

Para cumplir con el papel de simulacro y que el libro pareciera estar escrito por un catedrático, usé mi segundo nombre y apellido, porque siempre he encontrado gracioso que nunca nadie los pregunte. Y aunque es mi verdadero nombre y apellido, la gente lo entiende como de otra persona y así cumple con lo del simulacro, donde una persona como el título de doctor da importancia al libro.

la creación, pero solo para los sobrevivientes.

Nosotros habremos muerto y tal vez entonces, en nuestra muerte comprenderemos que por más tolerancia, filosofía basada en el amor, formas de ver basadas en la eliminación de la subjetividad, el uso de la empatía y comprensión. Uno no puede sobrevivir si la especie se extingue porque uno depende de otro aunque no lo conozca, para su comida, para su ropa, para tener una casa, para pensar diferente, para que alguien nazca y te enamores cases y divorcies, si se da. Esperemos que el futuro sea bondadoso y los sobrevivientes (si los hay) no necesiten que una pantalla les muestre gente sufriendo de pobreza, desamparo o tratos inhumanos para que entonces tal vez comprendan que algo va mal con la sociedad. Que uno los necesita y uno no se puede permitir que el otro viva en la miseria, miseria mental, física y emocional. Y se levante de su letargo y su arrogancia y haga algo, piense en algo y no solo destruya por destruir y anhelen de nuevo muerte.

Alégrense, parece que nuestro final es la esperanza.

Versión 2:

Esté usted a favor o en contra del capitalismo. Seguro es consciente que el capitalismo funciona mejor sin escrúpulos, cuando menos le llegue a importar los seres humanos

<p>alrededor tuyo más, es su posibilidad de ganar dinero a costa de otros. La igualdad de derechos y valores morales y éticos resulta un inconveniente para acumular más capital. Y si debe de satisfacer a su ser, a sus necesidades. Tiene al consumismo que es inmediato y reciclable. No satisface totalmente sus necesidades, pero siempre puede comprar más por si se siente vacío.</p> <p>Es perfecto, sin humanidad igual más capital. Si usted decide seguir este camino y ahora que ya sabe cómo es que está alienado, sumergido en el capital. Puede hacerlo si crees que es lo correcto para ti. Al menos que creas que ser humano es importante en sí y eso hace a las personas y la humanidad importante, tal vez eso valga. O ¿Quién sabe? ¿No?</p> <p>Dr. Martín Cruz</p>		
---	--	--

ESPEJOCULTURAL es un proyecto con una aproximación cínica a la ilustración del siglo XXI, caracterizado por una apreciación crítica del desarrollo del mundo en que decidimos vivir.

Zombi, crítica zombi, pensamiento consumista.

ESPEJOCULTURAL es una editorial en la cínica ilustración del siglo XXI, y trae sus productos de manera gratuita para su difusión y distribución. Para una apreciación crítica del desarrollo del mundo en que decidimos vivir.

Dr. Martín Cruz



Fig.58

La cubierta posterior está pensada en función de atraer e informar brevemente sobre lo que se trata el libro.

La imagen del zombi consumista, que pide un planeta en un mundo rodeado de estrellas con forma de símbolo de dinero, es una síntesis visual de lo que trata el libro: capitalismo, consumismo, deshumanización.

El código de barras dice HUMANIDAD. La ironía radica en que el libro, al tratar cínicamente sobre los procesos a seguir para poder alienar o alienarse, uno pierde su humanidad. Por ello el código de barras muestra ese precio.

En este capítulo muestro los criterios a partir de los cuales he creado este libro, un lenguaje neutral que no complique su lectura, sin sacrificar su seriedad o la profundidad del contenido. Aclaro también que, aunque este es un trabajo que se basó en estudios con información no solo teórica, sino medible y cuantificable, esta publicación es más cercana a una propuesta teórica o filosófica, que no está muy alejada de la realidad y que propone dar una respuesta al porqué la humanidad parece elegir un destino fatalista. Como muestro en el tercer capítulo del libro/obra hay propuestas de soluciones que ayudarían a cambiar o revertir este proceso. Pero, el verdadero reto está en lograr que a la gente le interese hacerlo. El libro, las animaciones, el *Culture Jamming*, la investigación, el énfasis en la importancia estética y la decodificación de mensajes, la “editorial”, el uso del simulacro cínico, la cualidad pedagógica de un libro, la reproductibilidad son mis propuestas. Otro punto importante a topar en el capítulo es la recepción de la obra en el lanzamiento de la misma.



**ALIENACIÓN Y MIEDO EN LA VIÑETA URBANA
LANZAMIENTO SUPER DOBLE DE NARRATIVA GRÁFICA**

Alien eishon, Notas sobre un antimanual de Diego Carvajal

Diego Carvajal investiga sobre la alienación y sus efectos en la colectividad y en los individuos. A partir de esta investigación produce un manual. Esta publicación está pensada como un antimanual en la medida en la que se apropia de la estética y las indicaciones de un manual para desenmascarar la relación entre el placer superficial del consumismo desaforado, el capitalismo y los sentimientos de auto realización. El artista cuestiona el papel de las marcas de consumo en la configuración de nuestra individualidad y evidencia a la espiral del consumo, placer y auto realización como un ideal no alcanzable para todos. Para Diego Carvajal la "alien – eishon" es un proceso complejo causado por el capitalismo que hay que abordarlo con humor.

Manuel Kingman

Diego Carvajal - Leandro Lince / 6 de Mayo / 19:30 Auditorio 2do piso
Biblioteca PUCE / muestra y conversatorio



Fig.59 – Postal del lanzamiento del libro

El lanzamiento se dividió en dos partes, exposición por parte de los panelistas, preguntas de ellos, preguntas del público y venta del libro. Como parte de la estrategia de mercado se logró lanzar una publicación de 300 ejemplares y algunos de ellos se los podían apreciar en la exposición y así poder ampliar su alcance más allá que las pequeñas ventas en ferias de fanzines. La finalidad de esta exposición sirve como una autoevaluación, donde los panelistas sin haber leído nada de esta investigación comentaron que su impresión del libro si les mostraba una subversión del mensaje capitalista. Esto en pos de descubrir sus verdaderas

intenciones y presentado de manera entretenida y educativo sin perder calidad de contenido pese la sencillez de su diseño. Lo cual personalmente me alegra y también me demuestra que estas dos personas que no se conocían podían llegar a la misma conclusión por medio del libro. También esta los comentarios de los compradores que precedieron al evento que si mostraron interés en comprar el libro después de haber escuchado mi opinión del proceso y el concepto conjunto con la opinión de los panelistas involucrados.

5. CONCLUSIONES

La decisión de producir una guía de bolsillo y una serie de animaciones, proviene del interés por trabajar en un proyecto de creación de libros en pequeño formato y mantener una serie de propuestas similares. La elección de color, estética y forma, se da por la intención de generar un atractivo visual y facilitar la comprensión del mensaje. Igualmente, se han realizado videos cortos que condensan la información del libro, para lograr una cobertura transmedia y una mayor difusión, que también es parte del objetivo.

Tratándose de un libro, se pretende utilizar su cualidad reproducible, imprimir varios ejemplares para no perder la fuerza y contenido propios del texto. También se ha pensado en la adopción de una licencia que permita su distribución en un marco legal, para que su uso y distribución no sea restringido por una persona³⁵.

Del resultado investigativo-teórico, se puede concluir que: el sujeto alienado -consciente o no de su estado- encuentra en la posibilidad de consumo (sea un objeto material o simbólico) la satisfacción inmediata a su necesidad de identificación –o un anclaje simbólico– a una realidad y en ella, una identidad. Parte de esta realidad e identidad actúan de manera similar a una droga que apacigua su inquietud, pero ni la cura ni la elimina, lo que desemboca en adicción y curiosamente en obligación. El sujeto, una vez dentro de esta adicción, se ve obligado a continuarla en los demás y no parar de consumir, ya que es la única opción que tiene. Esta opción se muestra accesible al romper con los límites de lo que se considera preestablecido, fijo o sagrado. Por ello al consumir este objeto³⁶, el sujeto termina vacío, ya que el consumo no le proporciona una identidad o entorno estable.

³⁵ Se optó por la licencia [CC Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) que permite el uso, modificación, distribución y comercialización por parte de terceros, con tal de que publique bajo la misma licencia y se brinde el respectivo crédito del trabajo. La licencia referida está pensada como parte de la estrategia de difusión.

³⁶ Como se mencionó anteriormente, se entiende el objeto en el sentido psicoanalítico del término, donde su función consiste en relacionar al sujeto con el mundo exterior, sea este un objeto común u otro sujeto. En el caso de la nueva economía psíquica este objeto no es fijo. Puede ser tanto un objeto real como abstracto, recordando de igual manera la descripción del objeto por parte de Erich Fromm: *Podemos relacionarnos con el objeto de dos maneras: en su plena concreción, apareciendo con todas sus cualidades específicas y sin que haya otro objeto totalmente igual a él; y de manera abstracta, teniendo en cuenta solo las cualidades que tiene en*

Este fenómeno (parte del capitalismo, la globalización y la cultura del consumo) ocupa varias estructuras de la cultura, como la económica, la política, la filosófica, la social y la psicológica, afectando al mercado económico para crear a un sujeto excluido, alienarlo e incluso enajenarlo³⁷, así como también modificar su papel en la sociedad (sus libertades, obligaciones y negaciones) y eventualmente, su formación social y de identidad (su psiquis).

Entonces, finalmente se relacionan estos objetos de consumo con símbolos de la muerte. La muerte -en mi comprensión- se concibe como el fin de algo y en este caso el objeto multifacético de consumo, así como también su usuario y predicador (el sujeto o sujetos alienados) marcan el fin de la identidad como algo individual y también el fin de lo sagrado³⁸. Esto es, el fin del intercambio cultural entre distintos sujetos, ya que ahora solo hay diálogo entre semejantes, solo de lo que les interesa y lo que conocen.

Dicho esto, lo más probable es que el sistema capitalista continúe y aunque tenga tintes socialistas, comunistas o neo-liberales, estos no nos aseguran un trato igualitario o la eliminación del proceso de alienación. Por lo tanto la pregunta es vieja: ¿Cambiar o continuar? La continuación del proceso sigue en marcha, tomando dos conceptos de Slavoj Zizek (2012). Uno sobre la comodidad de la plusvalía moral, en la cual al gastar *más* por un producto también ayudas al más desafortunado. En esto está incluido el gasto extra del producto, que paradójicamente para los más desafortunados se ven en esta situación por causa del sistema social del capitalismo. Esta acción libra al consumidor de la culpa de apoyar al sistema excluyente del capitalismo. Está también el otro concepto, donde la culpa del consumidor es nula, al cambiar el paradigma de la culpa, en la cual las consecuencias de los actos del consumismo, que afectan al menos afortunado, son el resultado del destino y no del consumidor.

común con otros objetos del mismo género, acentuándose siempre ciertas cualidades e ignorando otras.
(Fernández Paniagua, 2009:74)

³⁷ NEET, nini y hikikomori.

³⁸ Se entiende lo sagrado como lo espiritual, lo transcendental. Siendo lo transcendental opuesto al objeto (símbolo de muerte) porque ofrece para el sujeto coordenadas fijas y de contenido significativo, contraponiéndolo a lo efímero y vacuo del objeto de consumo (de nuevo el símbolo de muerte).

Pero, si se opta por la decisión de cambio (situación necesaria para dar entrada a nuevas posibilidades), se apela al lado irracional del humano: los sueños. Los sueños son ideales, pero los ideales son revolucionarios y estos pueden ser compartidos para brindar un sentido de integración entre sujetos. Esta revolución radical inicia desde la llamada parte irracional de nuestra mente, porque solo de ella podemos esperar espontaneidad y lo necesario es un corte de raíz sin pensarlo dos veces. Siendo sueños, no tenemos que limitarnos por nuestra mente racional, más bien complementarla para cuestionar lo efectivo o sustentable de estos. El bien común, la fraternidad global, el respeto por la naturaleza y la eliminación de la violencia, son ejemplos de estos sueños. Asumir la posibilidad de esos sueños puede ser deprimente desde el punto de vista racional, por ello no es de extrañarse que la mejor manera de definir el humor de nuestra sociedad es la apatía. Pero si los rechazamos, y en verdad existe la posibilidad de alcanzar estos sueños, al negarlos desde su concepción negamos toda posibilidad de su culminación. La historia nos muestra cómo, al creer en ellos ya es garantía de su existencia, como se creía que los viajes espaciales eran un sueño de la literatura, la comunicación instantánea (teléfono e internet) de la ciencia ficción y las luchas por la igualdad racial y de género, solo de canciones populares.

Si bien es cierto que el capitalismo crea un régimen que modifica a los individuos de una manera que raya con lo inhumano, no podemos culpar de todo al sistema. Aún hay espacio para ejercer empatía con el otro. Pero este espacio deja en evidencia la aparente irrelevancia de esta acción (de ejercer empatía), lo que demuestra que las prioridades no son las mismas en lo que respecta a una ideología popular³⁹. Así el problema es definir la ideología adecuada, lo cual es complejo porque supone una valoración de lo que es correcto y lo que no.

En esta definición de una ideología correcta, para lograr una empatía con el otro y una conciencia de la realidad, considero importante primero informar sobre el problema que se debe cuestionar, para así dar cabida a una discusión ideológica. Y como nada es gratuito, se

³⁹ Con popular me refiero a que es una condición de preferencia, cuyas prácticas son algo común, regular o cotidiano que se comparte entre un conjunto grande o pequeño de sujetos, y no que esté estrictamente relacionada con una clase social en particular.

empieza desde la educación. Para la difusión de esta problemática de la alineación se eligió comenzar desde el libro/obra y videos “¿Cómo? ¿Alienar? Se” y también su complementación con una serie de videos de la misma temática, porque estos productos tienen una intención educativa.

El *Culture Jamming* resultó ser de gran ayuda a la hora de cuestionar y mostrar estos problemas. Este movimiento genera una reacción contestataria y exige un reconocimiento y responsabilidad de la realidad social, promueve un pensamiento crítico y es útil para practicarlo en equipo, ahí donde se necesita que cada uno de nosotros se convierta en un revolucionario. Como decía Jiddu Krishnamurti (1986) “El futuro es hoy” y así será mientras hagamos de nuestro presente, por siempre, una sociedad concentrada en el cuestionar, en hacer uso del pensamiento crítico, en utilizar nuestra creatividad e ingenio para descubrir el verdadero mensaje de la hegemonía. Y de este modo marcar un futuro, donde también habrá gente que continúe con esta práctica (*Culture Jamming*, activismo/compromiso social) que no espera una evolución histórica⁴⁰ que nunca llegará, que actúa en conforme a una mutación histórica, que de acuerdo a Jiddu Krishnamurti comenzó hoy y siempre.

Sean o no los productos de esta investigación (el libro y las animaciones) denominados como obras artísticas, buscan cuestionar la vigente ideología cultural. De esa manera, la propuesta como se ha mencionado en este capítulo, no cambia al mundo, pero pretende contribuir a un cambio social y aporta a un movimiento internacional. Para concluir quise evaluar la posibilidad de circulación del libro y la animación. Esto fue a partir de la opinión que obtuve de la gente, que la publicación puede generar un interés e invitar a una reflexión. Una muestra de que el libro está cumpliendo su función tanto crítica/conceptual como estética (la cual es cuestionar al sistema vigente). Ahora solo queda continuar con la estrategia del *Culture Jamming* para mantener la propuesta y ampliar su distribución.

⁴⁰ Dentro de la filosofía de Jiddu Krishnamurti, habla como en la psiquis humana no ha evolucionado a través del tiempo, seguimos siendo violentos, barbaros, egoísta, etc. Explica como el tiempo (en la psiquis) funciona y lo que regularmente hace –llevando el tema a un plano mayor- es la procrastinación histórica de un verdadero cambio en la psiquis. A lo que él propone, no esperar a que el tiempo evolucione nuestra mente sino mutar en el presente ya que para él, el futuro solo es la proyección del presente y cambiando en el presente el futuro cambia.

6. BIBLIOGRAFIA

- Achbar, M., & Abbott, J. (Directors). (2003). *The Corporation* [Motion Picture].
- Arthus-Bertrand, Y. (Director). (2009). *Home* [Motion Picture].
- Arthus-Bertrand, Y., & Pitiot, M. (Directors). (2012). *Planet Ocean* [Motion Picture].
- Ashcroft, R. (Director). (2012). *Four Horsemen* [Motion Picture].
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica*. Mexico: Itaca.
- Brea, J. L. (2010). Retóricas de La Resistencia: una introducción (la potencia de los estudios críticos frente al triunfante "capitalismo antihegemónico"). *Estudio Visuales: Retóricas de La Resistencia num #7* , 8-13.
- Brient, J.-F. (Director). (2009). *De la Servidumbre Moderna* [Motion Picture].
- Darts, D. (2004). Visual Culture Jam: Art, Pedagogy, and Creative Resistance. *Studies in Art Education, Vol. 45, No. 4* , 313-327.
- de Kohan, N. C., & Macbeth, G. (2006). Los sesgos cognitivos en la toma de decisiones. *Revista de Psicología (1669-2438) Vol. 2 Issue 3* , 55-72.
- Debord, G. (Dirección). (1973). *La sociedad del espectáculo* [Película].
- Fernández Paniagua, J. M. (2009). La enajenación en la sociedad capitalista. Una aproximación a las tesis de Erich Fromm. *Germinal: Revista de Estudios Libertarios 8* , 59-86.
- Fiennes, S. (Director). (2012). *The Pervert's Guide to Ideology* [Motion Picture].
- Gruppi, L. (2013 йил 2013-04). *GRAMSCI*. Retrieved 2013 йил 29-Marzo from GRAMSCI: http://www.gramsci.org.ar/12/gruppi_heg_en_gramsci.htm
- Joseph, P. (Director). (2007). *Zeitgeist* [Motion Picture].
- Joseph, P. (Director). (2008). *Zeitgeist: Addendum* [Motion Picture].
- Joseph, P. (Director). (2011). *Zeitgeist: Moving Forward* [Motion Picture].
- Kenner, R. (Director). (2008). *Food, Inc.* [Motion Picture].

Marshall, L. (29 de Noviembre de 2004). *Urban Dictionary*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de Urban Dictionary: culture jam:

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=culture%20jam>

Melman, C., & Lebrun, J.-P. (2002). *El hombre sin gravedad*. Argentina: UNR EDITORIAL.

Molyneux, J. (1999). *Socialist Review and International Socialism Journal Index*. Retrieved 2014 йил 22-Enero from Issue 84 of INTERNATIONAL SOCIALISM JOURNAL Published Autumn 1999 Copyright © International Socialism:

<http://pubs.socialistreviewindex.org.uk/isj84/molyneux.htm>

Museo de Antropología y Arte contemporáneo de Guayaquil. (Octubre del 2009). *ATAQUE DE ALAS*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2014, de

<http://www.oocities.org/elmodusoperandi/alas.html>

O'Brien, P. (2008). Art, Politics, Environment. *Circa Art Magazine N°123* , 59-62.

OBUASI, B. O. (2008). *Culture Crises in Our Youths: A Result of a Linguistic Alienation*.

Nigeria: Department of Linguistic and Nigeria Language, UNN.

Rahman, K. M. (2006). NEETS ' CHALLENGE TO JAPAN : CAUSES AND REMEDIES.

En K. M. Rahman, *Arbeitswelten in Japan* (págs. 221-244). Germany: IUDICIUM.

SÁNCHEZ IRIANDA, J., FUENTES CAMPOS, M. F., LEAL RODRIGUEZ, G., & TESTA ORTÍZ E., M. (2010). *Perfil psicológico de los ninis en la Ciudad de Mexico*. Mexico.

Traba, M. (1974). La cultura de la resistencia. *En Literatura y praxis en América Latina, comp.* Caracas, Venezuela: Revista estudio sociales N°34.

Fig.1 – Imagen tomada de: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2188196/Shock-saluting-Adolf-Hitler-statue-installed-crazy-golf-course.html>, visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.2 - Imágenes tomadas de:

https://gs1.wac.edgecastcdn.net/8019B6/data.tumblr.com/a5f404a8141c1a7bd77f22f28db9f3ad/tumblr_mp7lvej0mU1rp2iz4o1_1280.jpg ;

https://gs1.wac.edgecastcdn.net/8019B6/data.tumblr.com/ac8ee3ebbd82a24201a400ebba91919a/tumblr_mp7lvej0mU1rp2iz4o2_1280.jpg visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.3 - iRaq; imagen de: <http://www.nopuedocreer.com/noticias/3496/culture-jamming-joder-a-las-marcas/> ; http://www.nopuedocreer.com/noticias/wp-content/images/2008/12/marcas_apple.jpg visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.4 - VOMMIT; imagen de: <http://whatsfordinnertonight-carly.blogspot.com/2009/12/anti-ads-and-culture-jamming.html>, visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.5 - Imagen de: <http://www.macba.cat/uploads/20131213/3806.jpg> visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.6 - Imágenes de: <http://losdesaparecidosguatemala.blogspot.com/2008/06/insercin-en-circuitos-ideologicos.html> visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.7 - Imagen sacada de: http://latimesblogs.latimes.com/money_co/2011/08/nivea-re-civilize-ad.html visitado el 15 de Noviembre del 2013.

Fig.8 - Imagen sacada de: <http://sandrrose.com/2011/02/racist-anti-abortion-ad-sparks-outrage-in-nyc/> visitado el 15 de Noviembre del 2013.