



ARTE CONTRACULTURA



Intervención del artista Óscar Brahim sobre una valla publicitaria institucional en Argentina.

Métodos de **combate** contra la presión mediática

Arte subversivo en el festival The Influencers

Carlos G. Vela
Barcelona

● Oscar Brahim conduce un taxi doce horas al día para ganarse la vida. Constantemente atraviesa el bombardeo publicitario de la ciudad. En su maletero lleva botellas con engrudo, pintura y re-

cortes de pósters que le sirven para intervenir sobre su entorno visual, modificando las vallas publicitarias.

Según este argentino, "el problema es que la gente toma la publicidad como algo natural. Sería buenísimo que cada uno reaccionara, que se pusiera a pintar las propagandas callejeras como se le cante".

Eso es justo lo que han estado haciendo, con diversas herramientas y en distintos formatos, colectivos como The Yesmen o Adbusters, que mezclan el arte subversivo con la proclama política, poniendo en duda el orden establecido.

OCIO RADICAL

Un movimiento de "acción mediática y ocio radical" que pretende aglutinar el festival The Influencers, que celebra su tercera edición, entre el 6 y el 8 de julio, en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB).

Su coordinador, Vanni Brusadin, explica como los participantes "pretenden subvertir cierto orden mediático mediante sus intervenciones", a través del *culture jamming*—la interferencia o remezcla de elementos de la cultura popular—, campañas de guerrilla en comunicación de masas, o indagaciones en la cultura del plagio. Términos confusos que podrían reducirse a "usar los medios como medio", como define el artista satírico Joe Skaggs, presente en una edición anterior.

Este año, estarán presentes estrellas de la mezcla de conceptos como DJ Spooky; pioneros como el italiano Spargma o el net.artista Vuk Cosic; saboteadores como Irwin o el colectivo NSK, creadores de videojuegos de guerrilla como Molleindustria y triunfos del *do-it-yourself* como Chicks on Speed. Y Óscar Brahim. cvela@diarioadn.com