

Antropología Experimental<http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae>

2024. nº 24. Texto 20: 277-287

Universidad de Jaén (España)

ISSN: 1578-4282 Depósito legal: J-154-200

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rae.v24.8725>

Recibido: 03-03-2024 Admitido: 23-05-2024

El tatuaje postpolítico en la piel *politizante* del activista profesional**Postpolitical Tattoos. Politicizing Professional Activists' Bodies****Pedro SALGUERO GONZÁLEZ**

Universidad Complutense de Madrid (España)

pedrosal@ucm.es

Resumen

Este artículo presenta un análisis antropológico de los tatuajes postpolíticos como nueva práctica cultural entre activistas profesionalizados de organizaciones sociales, a partir de entrevistas en profundidad y observación participante que revelan las dimensiones identitaria, dialógica, emotiva y publicitaria de estos tatuajes. Los tatuajes expresan la identidad personal y colectiva del activista, funcionan como disparadores dialógicos sobre sus causas, permiten encarnar el “dolor postpolítico” del activismo y otorgan distinción y estatus en la organización. Además, operan como soportes publicitarios del estilo de vida activista en contextos comunicativos. Más allá de su dimensión estética, estos tatuajes cumplen funciones vinculadas a procesos de identidad colectiva, comunidad, comunicación persuasiva y mercantilización de lo político. Su estudio aporta conocimiento sobre cómo se expresa e incorpora la política en los cuerpos en el activismo profesionalizado. Este trabajo constituye una primera aproximación antropológica a este tema que abre líneas de investigación interdisciplinar sobre la imbricación entre cuerpo, comunicación, identidad colectiva y acción política contemporánea.

Abstract

This article presents an anthropological analysis of postpolitical tattoos, a new cultural practice among professionalized activists of social organizations, based on in-depth interviews and participant observation. These reveal the identity, dialogic, emotional and advertising dimensions of these tattoos. Tattoos express the activist's personal and collective identity, function as dialogic triggers about their causes, allow them to embody the “postpolitical pain” of activism, and confer distinction and status within the organization. In addition, they function as advertising displays of the activist lifestyle in communicative contexts. Beyond their aesthetic dimension, these tattoos fulfill functions linked to processes of collective identity, community building, persuasive communication, and embodiment of the political. Their study allows us to understand how politics is expressed and incorporated in the bodies of professionalized activism. This work represents an inaugural anthropological approach to this topic, opening avenues for interdisciplinary research on the interplay between the body, communication, collective identity, and contemporary political action.

Palabras

Tatuajes postpolíticos. Activismo profesional. Identidad colectiva. Antropología del dolor. Publicidad política-social. Organizaciones políticas

Clave

Postpolitical tattoos. Professional activism. Collective identity. Anthropology of pain. Political-social marketing. Political organizations

Introducción

En este artículo se interpreta el comportamiento de miembros de organizaciones sociales, con grandes variables de profesionalización y autopercibidos como activistas, que han decidido adherir a su piel el nombre o el logotipo de la organización a la que pertenecen: tatuajes postpolíticos¹. Lo que parece ser una práctica cultural que establece una coherencia estética-ética-política con sus discursos y prácticas: «fue el logo en sí porque creo que fue algo que engloba algo mucho más grande». Lo que adelanta que en sus tatuajes puede encontrarse política y economía sin que estos sean necesariamente reivindicativos o formen parte de una estrategia de *marketing* consciente.

La piel *politizante*, la que porta estos tatuajes, es el resultado de convicciones políticas, por lo que esta es una cuestión que tiene repercusión, también, en la identidad de los sujetos y en la identidad corporativa-organizacional. Todo un paradigma estético (Maffesoli, 1997), en el sentido de experimentar o de sentir en común la multiplicidad del yo. Por esta razón, el tatuaje postpolítico estará relacionado con la corporeidad humana en tanto que fenómeno social y cultural, materia simbólica objeto de representaciones e imaginarios (Le Breton, 2013): «Sí, yo creo que tiene una connotación bastante política, la verdad. De la política hacia fuera y de la política personal de cada.... La política entendida en su globalidad y en los hechos, y en las formas en las que actúas, pero también con la política personal, ¿sabes?» (Informante A, activista *full time*, 30-40 años, hombre)².

La historia de la humanidad ha estado marcada por el uso de tatuajes y otros tipos de estigmas que han pretendido marcar la piel, el cuerpo, por razones varias. El tatuaje siempre ha estado en relación con la guerra, el estatus, el castigo e, incluso, con los negocios y la cohesión política (Bauman y Leoncini, 2023). Al optar por la adquisición de un tipo de tatuaje como éstos, el activista hace política desde su propio cuerpo, fomenta el cuerpo político (Esteban, 2004). De este modo, el método más atenuado y a la vez más popularizado, junto al maquillaje, de marcado corporal en occidente (Le Breton, 2013), esta cirugía pictórica que injerta el arte en el cuerpo humano (Lévi-Strauss, 1988) es un contrafuerte de la identidad que propicia un proceso de apropiación simbólica del yo y del mundo circundante: «Como tu sello de identidad, por así decirlo, y cómo te reflejas hacia el mundo también ¿no? Entonces, si lo haces más visible, creo que tiene que ver con la adquisición de un cierto compromiso vital» (Informante A, activista *full time*, 30-40 años, hombre). Lo que acaba generando una distinción del individuo sobre lo indiferenciado, un hecho que, en este caso, además, le facilita legitimidad y reconocimiento como integrante de un grupo.

Los discursos recogidos en esta investigación sitúan el momento de decisión y, finalmente, adquisición de los tatuajes en individuos con edades que oscilan entre veinte tres y los treinta y siete años. Sujetos profesionalizados que han pasado o están a punto de enfrentarse a la etapa final del proceso ritual de consagración como activista profesional. Sujetos que han integrado la mercantilización de la acción colectiva: «es el recuerdo de una experiencia que me marca bastante fuerte y que empieza, digamos, a dirigir un poco mi trayectoria profesional, y digo: “¡hostia!” Y vino como que a reflejar todo lo que pasaba en [Nombre de empresa política], que en sí era lo que marcaba toda esa experiencia» (Informante C,

¹ El concepto postpolítica hace referencia a una constelación teórica que es imposible abordar aquí cabalmente pero que Zizek resume con precisión: «La post-política subraya la necesidad de abandonar las viejas divisiones ideológicas y de resolver las nuevas problemáticas con ayuda de la necesaria competencia del experto y deliberando libremente tomando en cuenta las peticiones y exigencias puntuales de la gente» (Zizek, 2008: 32). Se trata de una dialéctica entre la evolución del capitalismo contemporáneo y una parte de las energías antagonistas que ha afectado profundamente a una parte de las luchas activistas contemporáneas. Son formas de intervención colectiva basadas en el voluntarismo moral, una relación amigable con el mercado y el neocomunitarismo popular (Scerri, 2019), hecho que ha favorecido la internalización de una lógica colectiva idéntica a la del sistema que se critica (Blühdorn y Deflorian, 2021). Lo que configura, en palabras de Lee (2015), *the public engaged industry*, que convierte el compromiso cívico en un beneficioso negocio y consigue que paradójicamente el compromiso público pueda ser auténticamente real y desempoderar al mismo tiempo. Una corporativización del activismo que ha decidido enfrentarse al cambio social desarrollando estrategias como las *corporate-friendly solutions* (Dauvergne y Lebaron, 2014). El término se utiliza aquí de un modo idiosincrático para describir los gustos, prácticas, saberes y dinámicas culturales propios del activismo profesionalizado. El objetivo de este uso no canónico es contribuir a la comprensión de unos espacios para la manifestación política que pueden llegar a convertirse en maquinarias que funcionan al ritmo del sistema que critican.

² Todos los nombres personales que aparezcan en este artículo, así como los nombres de las organizaciones a las que se haga referencia, han sido anonimizados. De igual modo, la referencia a los informantes, cuando se expone un verbatim, toma la forma de letra (ANEXO 1) y se explica el tipo de dedicación al activismo; *part time* o *full time*.

activista *full time*, 30-40 años, hombre)³.

Consecuentemente, se requiere un conocimiento actualizado sobre las apelaciones de los activistas a su carga simbólica, auténtica semiotización del cuerpo del sujeto que se adapta, paulatinamente, a una realidad mercantilizada. En la cual se establece el tatuaje como una vía de expresión, identidad que no se oculta. Por lo que, eso que puede ser una apropiación lúdica del sí mismo, también se convierte en un producto de consumo más, cumple unas funciones específicas dentro de la actividad política de muchos que en términos socio-simbólicos hablan de condiciones singulares e históricas políticas y contemporáneas de la realidad social del mundo, de sus mundos y formas de corporizar lo político.

El tatuaje como disparador dialógico

El tatuaje postpolítico⁴ muestra que los valores propios de la institución-comunidad han sido aceptados por los activistas tatuados. Con el tatuaje «el actor es miembro de un cuerpo colectivo y las marcas impresas en la piel reflejan una cosmogonía que todos entienden» (Le Breton, 2013: 12). Esto da lugar a una «corporalidad existencial que crea una concatenación siempre en movimiento de la estética con la ética, la estética con la política, la estética con la existencia; siempre y necesariamente por medio de la invención de un nuevo paradigma estético» (Expósito y Raunig, 2011). Es decir, el cuerpo (la piel) se constituye en la propia estructura de valores y espacios para la acción en las diversas culturas políticas y es posible pensarlo como un nuevo territorio político para el mundo. Un «cuerpo vibrátil» (Rolnik, 2019) que pone en crisis referencias e impone la urgencia de inventar formas de expresión, desarrollando un pensamiento/creación que interviene y transforma el paisaje subjetivo y objetivo, y establece unas políticas de subjetivación que cambian con las transformaciones históricas.

Portar, en forma de tatuaje, emblemas y simbología específicamente diseñada para un fin completamente distinto para el que fueron creadas es (ya que hablamos de nombres de marcas o proyectos), en el fin último, un *juego* de reappropriación y resignificación⁵ de profesionales pertenecientes al campo del activismo político profesional. Un comportamiento que ayuda a completar su proceso de subjetivación, con un peso en la identidad resultante que computará socialmente tanto fuera como dentro de las organizaciones:

Yo creo que hay una relación bastante fuerte. Además, en este contexto, en el contexto de, sobre todo, del activismo social. Creo que hay relación bastante fuerte. Por un lado, creo que hay relación en torno al simbolismo, pero también creo que hay una relación de sello de identidad, ¿sabes lo que te digo? Como: "este es mi sello de identidad, vengo de aquí". Aunque, ¿sabes?... Como... Pues ayer hablábamos de la gente que se ha tatuado al Ché, ¿sabes? Pues igual no es un colectivo específico, no es un... Pero sí tiene esa connotación de revolucionario, ¿sabes? De la revolución, en cierta manera, que nunca hemos tocado pero que quieras declarar de alguna manera y la declaras en el cuerpo, eso que está ahí también, ¿sabes? Como: "nunca he sido revolucionario, pero

³ El contenido de este artículo procede de la tesis doctoral del autor, para la cual se realizó una etnografía multisituada, etnografía digital y estudios de caso. Un trabajo que se extendió a los catorce meses, durante los cuales se entrevistó a 65 activistas profesionales asentados en España. Conforme avanzaba la etnografía, se advirtió que varios de los informantes portaban tatuajes con el nombre de marca de sus organizaciones. Tras la constatación de que este hecho era compartido por varias personas en diferentes localizaciones de la península, se consideró la posibilidad de realizar entrevistas focalizadas y más estructuradas a varias de ellas sobre esta cuestión: cuatro en total. Si bien el hecho es observado en otras tantas. La investigación en estos momentos ya valoraba el estudio de la iconografía y la interpretación de símbolos vinculados a estas prácticas político-profesionales. Se partía, principalmente, de que los nombres y logotipos de las organizaciones sociales eran nombres de marca que cumplían con cometidos políticos y empresariales, por lo que las entrevistas fueron encaminadas en esa dirección.

⁴ Se habla de tatuajes de tamaño variable, los cuales pueden llegar a ocupar escasos centímetros o un completo antebrazo. Toman forma de logotipos de empresas (marcas) copiados con exactitud -colores y formas- o pueden presentarse como una palabra, en tipografía común y diferente a la utilizada en el nombre de marca, pero siempre representado el nombre de la empresa-organización.

⁵ Entendido, también, como *affordance* simbólico-gráfico, en tanto que la usabilidad de estos recursos simbólicos se ve multiplicada y desborda tanto desde el *behavior setting* esperado del usuario como desde las cualidades de uso para las que fueron creados (van Dijk y Rietveld, 2017).

me gusta el Ché”, ¿sabes?, o vengo de no sé qué colectivo⁶ porque tal, ¿sabes? Es como, también, visibilizar hechos. Creo que también está ahí, ¿sabes? Como: “yo pertenecí a, yo estuve en” (Informante A, activista full time, 30-40 años, hombre).

Cabe preguntarse en qué medida existen paralelismos entre estas manifestaciones estéticas y el desarrollo contemporáneo de una cultura corporativa, dirigida a reducir los conflictos sociales dentro de la empresa y estimular los compromisos de los trabajadores dentro de la misma. Sobre todo, si entendemos que la cultura corporativa crea una comunidad de valores compartidos por la organización y difumina las distinciones dentro de ella (Laval y Dardot, 2013), y que la explotación de los trabajadores ya no es tanto una forma de coerción como una manipulación ideológica, ahora la disciplina no se ejerce sobre los cuerpos, se ejerce sobre las mentes en forma de control cultural (Alonso y Fernández, 2013). En esta misma línea, la estética y la ética, la identidad organizacional y la cultura corporativa, deben funcionar como un engranaje ajustado.

La estética de la cultura corporativa activista impregna todos los ámbitos de la vida de sus miembros: hábitos de consumo, vestimenta, amistades, espacios habitacionales, enemigos, etc. Por lo que adquirir un tatuaje proveniente del universo político-gráfico organizacional los convierte automáticamente en embajadores de aquello en lo que creen, viven y fomentan política y económicamente desde la dermis. Y no es que la práctica de tatuarse una imagen corporativa no haya existido previamente en otros contextos. En la historia reciente es común encontrarlas en forma de campañas publicitarias llevadas a cabo por grandes cadenas de negocios⁷. También existen prácticas marquetinianas que buscan a sujetos dispuestos a alquilar su piel para exponer tatuajes, a veces de forma temporal mediante tatuajes perecederos y en otras de manera permanente: estrategias de *marketing* que no paran de reinventarse. En otras ocasiones, las personas se tatúan marcas concretas por razones siempre muy personales, siendo éstas tan variadas como personas deciden hacerlo. Las organizaciones activistas y los tatuajes postpolíticos, dentro de su necesidad de acercarse más a los ciudadanos para que puedan multiplicar su eficacia transformativa, parecen estar aportando un nuevo canal de innovación comunicativa:

Sí, claro, claro, da mucha conversación, porque a veces peco de comer orejas y justo cuando alguien te pregunta, y, en mi caso, al ser algo tan arraigado y algo sobre lo que te has montado una película para representarlo... Por supuesto, invita a contarle toda la movida. Entonces, me da la posibilidad de contar una buena historia que yo tengo muy clara (Informante B, activista full time, 20-30 años, hombre).

Aun así, para entender el tatuaje como una práctica multidimensional exteriorizante, concretamente desde su capacidad de persuasión social como nuevo medio publicitario, el diálogo ha de conseguir que la información sea presentada al público revestida de un tono afectivo capaz promover la implicación emocional del espectador, como hace el *marketing*. Tanto la organización como el sujeto tienen que seducir y aparentar ser diferentes a los demás, a su competencia y al sistema contra el que se lucha. En este sentido, el contenido comunicativo puede bifurcarse y atender perfectamente a cuestiones propias de una organización-sujeto o a la causa de todas las causas: la transformación social. Las entrevistas

⁶ Las asociaciones no formales pueden ser denominadas “colectivos”. En el caso de las organizaciones objeto de este estudio, progresistas y localizadas en España, todas ellas formales, la categoría emic «colectivo» mantiene una presencia discursiva notoria y se presenta como un sustitutivo de otras categorías como empresa, asociación, sociedad limitada, fundación, etc. Las connotaciones de informalidad que tiene la categoría “colectivo” muestra una clara intención por manifestar laxamente formas organizacionales mercantiles complejas, ante las que no basta con apelarlas y definirlas con nombres como empresa o negocio. De este modo, este juego identitario es entendido como una forma más de dar cuenta de unas culturas e identidades híbridas efectivamente vividas en las organizaciones de los movimientos sociales que deciden profesionalizarse. Un hecho que pone de manifiesto la necesidad de movilizar nuevos seguidores utilizando estas versatilidades conceptuales como estrategias para no caer en rígidos encasillamientos relacionados con el mero interés económico. Por otro lado, es frecuente escuchar a activistas mostrándose confusos a la hora de describir sus organizaciones en su día a día, argumentando cierto irritamiento en momentos en los que reflexionan sobre qué es realmente lo que significa «ser un colectivo», «tener un colectivo», «estar en un colectivo» o «montar un colectivo», en definitiva, «esta cosa de los colectivos».

⁷ El 31 de agosto de 2018 la empresa Domino's Pizza (Rusia) lanza una campaña publicitaria desde su perfil de Facebook anunciando pizza gratis durante los próximos cien años para las primeras 350 personas que adquieran un tatuaje con su logo.

realizadas a los informantes han mostrado que en tales momentos dialógicos los sujetos han tomado actitudes discursivas que animan a corroborar una intensidad que distancia este momento de otros conversacionales cotidianos: les otorgan un carácter especial. Este hecho se materializa cuando se observa a un activista que explica a otra persona el significado de su tatuaje.

El tatuaje tiene carácter dialogante, obliga al portador de marcas a tener que explicar incansablemente su significado subjetivo. En palabras de Le Breton (2013: 45): «pocas son las personas que callan sus marcas. Los tatuados suelen hablar con gusto de ellas, evocar sus recuerdos, compartir sus experiencias, dar consejos. El tatuaje es una forma de fabricar sacralidad».

El sistema productivo actual se basa en el consumo de estilos de vida y, por esta razón, representar estética y éticamente un estilo de vida hace coincidir el cuerpo explícitamente postpolítico con un nicho de mercado que espera promotores que encajen en sus coordenadas estéticas: el del activismo profesional, presente en multitud de profesiones. En este sentido, la piel *politizante* es en sí misma un escaparate donde mostrar el modelo político-laboral militado y el modelo de vida experimentado por el sujeto activista. Este es el rol que ejerce la piel tatuada, convirtiéndose por momentos en un soporte publicitario: *skinadvertising* (Sánchez, R. y Sánchez, J., 2019). La cual llega, a más que vender un producto o un servicio, a vender o promover un estilo de vida asociado a unos valores concretos. Un hecho que, en el caso de las organizaciones sociales, como en cualquier otro escenario empresarial, puede ir asociado a la popularidad de ciertas personas o a la propia organización:

O sea, te puedes convertir en una valla publicitaria de todos los proyectos, si quieres. Pero también entra esa psicología del "yo soy uno más o el yo soy el...", no sé si también tiene que ver con lo que hablábamos antes del poder. Yo soy el poder, o yo soy uno más del poder ¿sabes? (Informante A, activista full time, 30-40 años, hombre).

El tatuaje es un nuevo lenguaje para la publicidad política, nuevo recurso expresivo que continúa construyendo las relaciones entre publicidad y el mundo de “lo social”, contribuyendo a una definición de publicidad que convive con lo comercial/informativo y lo social/político. Pero, además, adquirir un tatuaje que en su forma pictórica mimetiza algún símbolo o hace referencia a algún nombre significativo y proveniente de la comunidad política, confiere una dimensión identitaria característica y diferenciada. Es la consumación a nivel epidérmico de los valores y las experiencias vividas, la construcción de una memoria personal inmortalizada que tendrá efectos dialógicos en los momentos más íntimos con el yo y en la vida pública con el otro, cuando este sea mostrado y tenga la posibilidad de ser interpelarlo: el tatuaje postpolítico es un disparador dialógico. Una «evidencia visual de tales compromisos para que otros lo vean» (Koch y Roberts, 2012: 211) y lleguen a ser persuadidos.

Pero este estigma necesita una traducción política para *enganchar* y seducir a nuevos individuos, para que, por lo menos, entiendan en qué consiste la transformación social. Esta será una traducción de las aventuras intelectuales, ideológicas y prácticas, donde se requiere que el espectador o los espectadores muestren, además, cierta proactividad. Es decir, que se conviertan en intérpretes activos. De ellos se espera que interioricen la traducción, que la sientan y se activen como sujetos políticos en potencia que pueden llegar a ser: este es un acto con esencia proselitista. Ya que, si no es de este modo, no podrán apropiarse de la historia que les es narrada. El activista se sirve de esa capacidad del tatuaje que hace que pocos sean los que evitan preguntar por su significado (Le Breton, 2013: 45):

Sí que es verdad que sí que se han mantenido conversaciones, sobre todo, también, por el tema de que la gente ve como unas letras, ¿sabes? Son unas letras que tienes que decir el significado, por así decirlo ¿no? Al ser el logo, pues tienes que decir el significado. Y a partir de ahí, pues sí, han salido bastantes conversaciones, la verdad (Informante C, activista full time, 30-40 años, hombre).

El tatuaje postpolítico necesita un acompañamiento explicativo-interpretativo que describa su carga política-mercantil: «es algo que a no ser que cuentes la historia, pues nadie lo va a entender». Requiere de una fuerza externa, generada por el propio activista tatuado, que le ayude a producir explicaciones en pos de su distinción, ordenamiento y comprensión. Y esta consiste en: explicar los proyectos,

razones estatutarias de sus nacimientos, metodologías de acción y gestión, ejercicios de las resistencias, hablar de las emociones, definir a los enemigos, etcétera.

De creatividad y calidad variable, según el diseñador del tatuaje (a veces el mismo activista, que llega incluso a tatuarse a sí mismo), pero íntimamente relacionado con el diseño gráfico y los procesos de *branding*, los diseños de los tatuajes postpolíticos suelen provenir de una marca corporativa. En tanto que entendida como estrategia publicitaria (realidad no reconocida o así comprendida por los activistas), el tatuaje se distancia de la imagen sociosensible presente en campañas de comunicación social con calado político y consigue intencionalidad desde el diálogo persuasivo y explicativo, que es únicamente alcanzado por la interacción generada debido a la necesaria explicación. Así se consigue conducir la sensibilidad del público interpelado, facilitando la modulación de sus creencias, ideologías y actitudes. Y, de resultar efectivo, esto puede suponer un consiguiente aumento, tanto propios como organizacionales, de capitales económicos, políticos, estéticos, éticos, sociales, etcétera, de gran importancia para este tipo de acción colectiva.

En tanto que signos interpretables, el tatuaje funciona como impulso para que lo ajeno y lo propio encuentren posibilidades de interpelación mutua y se facilite o acelere la discusión. En este encuentro, los sujetos descargan información histórica y pensamientos sobre el futuro (discursos personales y políticos-empresariales) mediante un debate más o menos espontáneo, más o menos buscado, con carácter persuasivo y difusor, donde el yo ocupa -también- posiciones privilegiadas. El actor activista, en tanto que perteneciente a una comunidad-empresa específica, y el otro (el espectador), en tanto que agente distanciado de ese contexto social, ocupan posiciones culturales y políticas distintas, estableciendo así una relación dialéctica.

Esto da lugar a diálogos, conversaciones, debates, discusiones, que conforman, a su vez, un improvisado *storytelling* marketiniano compuesto de *speeches* políticos. En estos diálogos con origen en la interpelación e interpretación simbólica, se observa, a pesar de todo, un trasfondo en clave de enfrentamiento o adoctrinamiento, una lucha que tiene como frente la dominación política y simbólica. La prevalencia será el resultado de la capacidad de convencimiento del activista cuando de lo que se trata es de defender lo suyo.

Sin embargo, dependiendo del grado de ligazón del activista a estas prácticas político-empresariales, de su permanencia, el tatuaje puede sufrir una modificación en el sentido asignado en el primer momento. Esto es, si el activista se desvincula de toda actividad profesional presente en el activismo o si sale de proyectos concretos. En ese caso, se intenta disminuir su carga política-profesional, como muestra el siguiente verbatim, perteneciente a un activista tatuado con el logo de un proyecto en el que participaba:

Va cambiando, creo que va cambiando. Esto contradice un poco lo que he dicho al principio, pero... Va cambiando y me voy olvidando. Entiendo que quizás se vaya repitiendo menos la historia de crear esa conversación. No tiene por qué, pero bueno. O me voy cansando yo un poco de contarla y lo voy viendo cada vez de una forma más estética. De una forma en la que veo eso. Me gusta, está ubicado en un sitio que me mola también, y que a la vez es cierto, quizás, que me cueste más crear esa atmósfera de contar de dónde viene todo eso. Por el tiempo, ¿no? Entiendo que según va pasando el tiempo esas experiencias van, un poco, diluyéndose. Puede ser, puede que lo que uno cuente o recuerde vaya perdiendo poder o legitimidad. No, esas palabras no son buenas. Que vaya perdiendo como fuerza, ¿no? ¿Porque no haya una continuidad en el proyecto?... No lo tengo claro. Pero sí, claro, va perdiendo fuerza, sí. Si siguiese ahí, pues supongo que tendría más fuerza y podría seguir rememorando con fluidez tanto lo que pasó como lo que sigue pasando, claro (Informante C, activista full time, 30-40 años, hombre).

El dolor⁸ del tatuaje postpolítico

Desde una perspectiva biomédica, un gran porcentaje de individuos manifiesta dolor extremo al realizarse un tatuaje. Esto se debe a que la dermis se encuentra conformada por una serie de fibras elásticas, nervios y receptores (nociceptores) que son los responsables de enviar señales al sistema nervioso central para su posterior interpretación (Cerveró, 2000). Pero, más allá de esta realidad científica, el dolor para los activistas es una emoción basada en una percepción que en principio les hace preguntarse su relación con el mundo y la experiencia acumulada en relación con él. No se escapa a la relación antropológica de las percepciones. Va más allá de lo puramente fisiológico: da cuenta de lo simbólico, de lo emocional y lo político-económico.

El dolor físico del tatuaje engrana con cierto dolor "moral", con la idea del *No pain, no gain* que preside las prácticas más radicales de auto-exploración, apropiada ésta por las lógicas del emprendimiento empresarial, y que, por lo tanto, también se encuentra en la cultura activista profesional: «Al final, el tatuaje también es dolor ¿sabes? Y con el activismo todos sufrimos». La piel (el cuerpo) escenifica la experimentación del dolor ajeno, tanto de personas como de otros seres vivos, y la necesidad del sacrificio. Este es, también, el precio a pagar para estar a la altura de las exigencias del grupo, para certificar la importancia de la decisión compartida, haber superado una prueba, haber demostrado a los demás que puedes hacer sacrificios tanto físicos como morales (Le Breton, 1999): «Desde mi punto de vista, representa una de las cosas como más...Quizás más potentes o que... O sea, de esos pasos simbólicos que se dan en los proyectos que al final afianzan el proyecto, ¿no? Un paso que nos hizo, desde mi punto de vista, ser un poco más profesionales (Informante C, activista full time, 30-40 años, hombre). Es una forma de encarnar el dolor moral o espiritual en el propio cuerpo.

El dolor público puede describirse como aquel que «identifica una dimensión subjetiva del dolor y lo relaciona con elementos educativos, culturales, sociales, políticos, etc. Actuando como coadyuvante en la configuración de la propia identidad social» (Biedma, García y Serrano, 2019: 17). Especialmente particular y relevante en personas identificadas con las formas de protesta activista, este dolor se manifiesta como elemento sociocultural necesario, adherido a un tipo de práctica y trabajo concreto. El medio profesional, en este caso el del activismo, muestra una relación con el dolor de tipo situacional y cultural que anima a pensar en un dolor postpolítico, susceptible de existir tanto debido a las injusticias sociales externas como en lo duro del oficio.

Este fenómeno, de base biopsicosocial, se vuelve manifiesto, en el caso de los activistas, mediante el proceso de consustanciación -yo (cuerpo y mente) y contexto político-social (otro)- que detona o facilita el dolor causado tras el paso de la aguja por la piel del activista, tanto en el acto de la perforación como en su posterior proceso de sanación: parece funcionar como una forma de experimentar el dolor moral, de bajarlo a la tierra, de encarnarlo en el propio cuerpo desde la estimulación directa del sistema nervioso. Siendo esta una de las características funcionales del tatuaje postpolítico, a saber, afianzar la asociación entre el sufrimiento sentido por el proceso de estigmatización voluntario y el originado por las causas políticas y el mantenimiento en el mundo profesional:

Creo que tiene que ver mucho con la lucha de las organizaciones sociales en torno al activismo por la complejidad de llevar procesos de cambio y de transformación social, por así decirlo, en el mundo capitalista en el que vivimos. Eso ya tiene una connotación de lucha, de sufrimiento, de dolor, en cierta manera. Creo que tiene que ver con las frustraciones que eso genera, también. El dolor por nunca ser sostenibles, intentar que el proyecto sea estable, tanto económica como a nivel comunitario, y con otros muchos aspectos. Creo que tiene que ver, también, con el dolor o la lucha en la expansión del tiempo, por así decirlo (Informante D, activista full time, 30-40 años, hombre).

A este respecto, es sugerente traer a colación las declaraciones y reflexiones vertidas por Andrew

⁸ Se hace referencia a un dolor de tipo moral que en ocasiones será nombrado como social, público, emocional, etc. Por ello, cuando se habla de dolor desde una mirada social se apelará al dolor público, relacionado con y explicado en el dolor que, sentido desde cierta distancia ante calamidades, guerras, catástrofes, injusticias, deterioro del planeta, violencias, etc., en las que la empatía social supone la asunción de un dolor ajeno, inseparable de una interpretación como experiencia fenomenológica del sufrimiento (Biedma, García y Serrano, 2019: 85).

X en su texto *Give up Activism*, publicado en 1999, sobre la necesidad de los activistas de actuar en nombre de otros, de experimentar la abnegación, el aislamiento autoimpuesto, el sacrificio por “la causa”, la culpa y el deber, la negación de los deseos propios, el sufrimiento y la rectitud. En definitiva, según él, una «teología del sufrimiento» que acaba constituyendo la dictadura del más comprometido, y que está basada en el ascetismo laico ejercido por “los partisans de la abnegación total”:

“Una ética llena de culpa basada en trabajar/construir/fortificar/armar barricadas y en la pasión, a veces excesiva, con que se denuncia los descansos o pausas. El mártir abnegado se ofende e indigna cuando ve a otros que no se están sacrificando [...] En la vieja cosmología religiosa, el mártir exitoso fue al cielo. En la cosmovisión moderna los mártires exitosos pueden aspirar a quedar en la historia, el cielo burgués” (Andrew X, 1999)

Este dolor o sufrimiento consigue activarles y acercarles a las demandas de alivio del dolor y sufrimiento ajeno. Todo mediante esta compleja alquimia que permite la trasmutación del dolor desde el cuerpo del otro al propio. Cristalizando, por lo menos por momentos, en la carne del activista la parte adversa de la existencia de la otredad. Esto los convierte en portadores de un mensaje permanente que genera una lectura entre cuerpo y política que forma parte de la historia de las actitudes hacia el cuerpo. Demostrando que «la necesidad imperiosa de la fórmula “padecer para existir” subsiste en algunos individuos, incluso en aquellos que se encuentran fuera de toda visión religiosa del mundo» (Le Breton, 1999: 18). Un dolor sufrido que permite la continuación de la existencia y que, al unísono, acaba con el sentimiento de simpatía ante la impasividad. Un estado, éste, del sentir, que les aparta de la complicidad de las causas del sufrimiento, proclamando al mismo tiempo su inocencia.

De esta forma, lo vivido en el cuerpo de uno o una hace brotar, en secreto o no, el sentimiento de injusticia. En la tradición *dolorista* y sufriente, inherente al progresismo, abolir la facultad de sufrir sería abolir esta condición política del ser, es el trago amargo de la resistencia antropológica a las injusticias vividas por el prójimo que la modernidad no fue capaz de cesar en su vinculación a la transgresión: gatillo de la rebelión. Esto le conduce a querer tratar de saltarse los momentos de resignación para ejercer una acción con intenciones de cuidado/mejora social.

La ausencia de dolor y sufrimiento parecen conducir al malestar dentro de la comunidad. Este planteamiento se acerca a una realidad social donde los activistas se sienten necesitados de un dolor que se presenta complejo en su relación, pero que contribuye a facilitar el entendimiento de esta realidad vital con efecto biopsicosocial, tan necesaria en los procesos de creación de comunidades. En este sentido, la afirmación de uno de los informantes «siempre quieres dejar de sufrir con la lucha», es una expresión/deseo que no alberga fin en la que el tatuaje actúa como recuerdo y continuador de eso que genera el dolor. Un *continuum* cuyo final supondría ganar la batalla política, la conquista de la ideología ajena, conseguir la transformación social.

El dolor como aglutinante social

El dolor desborda la lógica, lo racional y el lenguaje, es una llave que abre la puerta de la comunidad. El dolor asegura vínculo social e inscribe en la carne la memoria de la afiliación y la fidelidad a la comunidad mediante un proceso de contaminación. Por lo que el dolor es un elemento aglutinante bien conocido por la acción colectiva. En palabras de Negri, «todos los grandes colectivos se forman a partir del dolor, al menos aquellos que luchan contra la expropiación del tiempo de la vida que decreta el poder» (Negri, 2003:161). Así, el tatuaje genera dolor de resonancias colectivas –creador de una comunidad crítica con el poder establecido–, pero también ayuda a acumular poder a la persona que lo porta (el activista). De esta forma expresa uno de los informantes su visión sobre la relación entre tatuaje y poder y las capacidades que éste puede fomentar desde su condición simbólica:

Por antigüedad, por compromiso, por creencia, por poder, por marcar, en cierta manera, también, como los rangos. Quizás, podría ser ¿sabes? Como esos rangos de poder que en muchas ocasiones son invisibles, pero en otras muchas son muy remarcados. O, incluso... Es que te iba a hacer la reflexión esa con el poder porque me parece bien

interesante que hay veces que el poder.... O sea, que hay gente que no está acostumbrada al poder ¿sabes? Aunque no te lo puedas quitar porque lo adquieras con el tiempo. Hay una relación ahí como de marcar quién es el "masca", ¿sabes? Por así decirlo. "Yo me tatué esto porque es para toda la vida" ¿no? Puede ser que tenga que ver con el poder, también, y con la estratificación en cierta manera en las organizaciones sociales. "Yo soy el poder, o yo soy uno más del poder". Al visibilizarlo, así, tan claramente, creo que tiene que ver con el rango de poder en la organización, de compromiso. Pero yo creo que tiene relación psicológica entre el fascinamiento por la organización y el compromiso personal que tienes hacia ella ¿no? Ahí hay un puente, sí (Informante A, activista *full time*, 30-40 años, hombre).

El castigo autoinfligido llega a tener un carácter subversivo y de adquisición de poder. Haber auto-castigado el propio cuerpo y conservar el estigma resultante tras la sesión de dolor establece un importante juego simbólico que dirige al portador hacia estratos cada vez más elevados de soberanía, de distinción. Le permite acumular capital-poder que aquellos no sufrientes difícilmente pueden poseer: «Sí, siempre lo explico, sobre todo, desde mi punto de vista. Primero, qué es [Nombre de empresa activista] y luego, sin pecar de egocéntrico o darme presencia, un poquito, también, en qué momento participé yo y qué hice» (Informante C, activista *full time*, 30-40 años, hombre). Abre, en el activista, una metafísica que trastoca su ordinaria relación con el prójimo y con el mundo (Le Breton, 1999).

Si la naturaleza de la lucha es dolorosa, la potencia del acto (la acción) estará instaurada en el dolor, un proceso creativo que se mantendrá en el seno de las comunidades. Haciendo de ésta el lugar no sólo a la legitimación de la ética, sino también del lugar de proyección futuro y redentor del activista:

Yo creo que hay una relación entre el dolor corporal, del cuerpo, de lo que sientes a la hora de hacerte el tatuaje, pero también puede existir una relación de dolor, sufrimiento, por así decirlo, muy entrecerrillado, sobre lo que tú has dado para esa organización. O sea, podría tener una relación ese dolor-cuerpo con ese dolor, o ese sufrimiento, para hacer o llevar a cabo ciertas acciones, cierta estabilidad de una organización, cierto proyecto... No como proyecto específico, si no como proyecto de vida. Sí. No conozco a mucha gente que tenga un tatuaje de la organización que no tenga esa relación con el dolor o el sufrimiento o el arraigo o la lucha en torno a las organizaciones sociales, ¿sabes? Al final no nos duele, nos hace feliz, pero también tiene... El activismo lleva un sufrimiento incorporado, sí o sí ¿sabes? Muchas caídas, muchas bajadas, muchas alturas, muchos momentos malos, muchos momentos buenos. Entonces, esa relación con el dolor, con el sufrimiento, con el tal, marcártelo a fuego en la piel podría tener una relación, también, con esa parte psicológica del sufrimiento dentro de las organizaciones sociales, que al final siempre está incrustado. Nunca estás bien ¿sabes? (Informante A, activista *full time*, 30-40 años, hombre).

Conclusiones

El análisis realizado muestra que los tatuajes postpolíticos son una práctica cultural emergente entre activistas profesionalizados de organizaciones sociales. Estos tatuajes, que reproducen logos o símbolos de dichas organizaciones, expresan la identidad personal y organizacional del activista, marcando simbólicamente su pertenencia a la comunidad activista. El tatuaje refleja valores compartidos y va más allá de lo estético, conectando ética, política y existencia.

Asimismo, los tatuajes postpolíticos funcionan como un disparador dialógico que facilita al portador explicar sus experiencias vitales y compromiso con la organización. El tatuaje incentiva conversaciones donde el activista puede persuadir sobre sus causas, expandiendo así su capital político y social. Del mismo modo, estos tatuajes permiten al activista encarnar simbólicamente el "dolor postpolítico" inherente a la lucha activista, vinculando el dolor físico del tatuaje al dolor moral por las injusticias, lo que genera una empatía que refuerza el compromiso con la comunidad.

A su vez, los tatuajes postpolíticos otorgan distinción y estatus dentro de la organización al portador, como símbolo visible de antigüedad y compromiso. El dolor padecido en el proceso confiere poder

simbólico sobre otros miembros. Asimismo, estos tatuajes funcionan en ciertos contextos dialógicos como un soporte publicitario de la organización y el estilo de vida activista, acercándose a estrategias propias del *marketing* a través de una narrativa persuasiva.

En definitiva, el análisis antropológico de los tatuajes postpolíticos muestra su carácter multidimensional, cumpliendo importantes funciones vinculadas a procesos de identidad, comunidad, comunicación persuasiva y mercantilización de lo político, más allá de su apariencia meramente estética.

Su estudio aporta conocimiento sobre las nuevas formas en que la política se expresa e incorpora literalmente en los cuerpos, en un contexto de profesionalización del activismo. Asimismo, el vínculo del tatuaje con el dolor y el sufrimiento ilumina dinámicas de poder y estatus en colectivos activistas contemporáneos.

Se requiere más investigación para analizar si estas prácticas se extienden a otros contextos activistas, y explorar en profundidad sus implicaciones políticas y comunicativas.

En conclusión, este trabajo constituye una primera aproximación rigurosa a una manifestación corporal emergente entre activistas profesionales, abriendo nuevas líneas de investigación para comprender la compleja imbricación entre cuerpo, comunicación, identidad colectiva y acción política en el activismo actual.

Bibliografía

- Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2013). *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Siglo XXI.
- Andrew, X. (1999). Give up activism. *Do or Die*, 9, 160–166.
- Bauman, Z. y Leoncini, T. (2023). *Generación líquida. Transformaciones en la Era 3.0*. Paidós.
- Biedma, L. García, M. I. y Serrano, R. (2019). *Percepciones sociales del dolor*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Blühdorn, I. y Deflorian, M. (2021). Politicisation beyond post-politics: new social activism and the reconfiguration of political discourse. *Social Movement Studies*, 20(3), 259–275.
- Cerveró-Santiago, F. (2000). Neurobiología del dolor. *Revista de Neurología*, 30(06), 551-555. DOI: <https://doi.org/10.33588/rn.3006.99553>
- Dauvergne, P. y Lebaron, G. (2014). *Protest Inc. The Corporatization of Activism*. Polity Press.
- Esteban, M.L. (2004). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Edicions Bellaterra.
- Expósito, M. y Rauning, G. (2011). The Muntadas-Method Existential Corporeality in a New Aesthetic Paradigm. En A. Muntadas, *Entre/Between*, (pp. 110-115). Museo Reina Sofía y Actar.
- Koch, J.R. y Roberts, A.E. (2012). The protestant ethic and the religious tattoo. *The Social Science Journal*, 49, 210–213.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Gedisa.
- Le Breton, D. (1999). *Antropología del dolor*. Seix Barral.
- Le Breton, D. (2013). *El tatuaje o la firma del yo*. Casimiro.
- Lee, C. (2015). *Do-It-Yourself Democracy: The Rise of the Public Engagement Industry*. Oxford University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1988). *Tristes trópicos*. Paidós.
- Maffesoli, M. (1997). *Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo*. Paidós.
- Negri, A. (2003). *Job: la fuerza del esclavo*. Paidós.
- Rolnik, S. (2019). *Esferas de la insurrección. Apuntes para descolonizar el inconsciente*. Tinta Limón.
- Sánchez, R. y Sánchez, J. (2019). LIVE, LOVE, LIFT... TATTOO! *Revista Española De Educación Física Y Deportes*, 426, 118–125. DOI: <https://doi.org/10.55166/reefd.vi426.770>
- Scerri, A. (2019). *Postpolitics and the Limits of Nature: Critical Theory, Moral Authority, and Radicalism in the Anthropocene*. State University of New York Press.
- van Dijk L y Rietveld E. (2017). Foregrounding Sociomaterial Practice in Our Understanding of Affordances: The Skilled Intentionality Framework. *Frontiers in Psychology*, 7. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01969>
- Zizek, S. (2008). *En defensa de la intolerancia*. Sequitur.

Anexo 1

Nº de entrevista	Infor-mante	Sexo	Edad	Duración	Situación laboral
Nº 1	A	Hombre	30-40 años	1 hora y 5 minutos	Trabajador por cuenta propia
Nº 2	B	Hombre	30-40 años	1 hora y 10 minutos	Trabajador por cuenta propia
Nº 3	C	Hombre	30-40 años	1 hora y 10 minutos	Trabajador por cuenta propia
Nº 4	D	Hombre	20-30 años	1 hora y 54 minutos	Trabajador por cuenta ajena

