

En el lado de la TV.

Por Fito Rodríguez y Jorge Luis Marzo

Introducción

"Es imposible negar que la verdadera revolución en el arte de nuestros días no la llevaron a cabo los artistas de vanguardia, sino que fuimos un puñado de jóvenes ilusionados que vimos en el medio televisivo la manera de infiltrarnos en los vericuetos del sistema. Eramos ingénuos, pero sabíamos que estábamos haciendo algo verdaderamente grande, el arte del futuro; y el tiempo nos ha dado la razón. El arte se dio fuera del ámbito de lo que se reconoce formalmente como 'arte'. Esa revolución fue obra de la lógica combinada de la tecnología y el mercado de masas. Las artes verdaderamente punteras fueron aceptadas por las masas porque *tenían* algo que comunicarles. Sólo en el arte de vanguardia el medio fue el mensaje. En la tele, el medio experimentó una revolución a favor del mensaje."

Valerio Lazarov¹

El debate sobre la relación entre la actividad artística y los medios de comunicación, viene precedido de una sabrosa controversia –recientemente atizada por historiadores como Eric Hobsbawm- cual es el presunto fracaso del discurso de la modernidad artística frente a la pujanza de los mass media, entendidos estos como una nueva esfera de comunicación social. Un asunto central sobre el que gira este ensayo.

Es constatable la progresiva pérdida de presencia social e influencia del arte y de los artistas contemporáneos en la esfera pública como consecuencia de su reubicación en el ámbito cultural, lo que debe suponer una reflexión crítica sobre los factores y procesos que determinan cómo el arte recibe su definición dentro de la cultura actual. El desarrollo de esta investigación debe llevarnos

¹ Federico Fonseca, *Una breve historia de la televisión en España*, Nuevos Medios, Madrid, 1985, 199

indefectiblemente a preguntarnos de qué manera se establece esta definición en las políticas culturales dominantes y el papel que juegan en su relación con el conjunto de actividades sociales productivas, formativas, etc. En este sentido recalquemos el evidente y programado deslizamiento (des-integración) del arte hacia terrenos que tienen más que ver con operaciones de imagen, promoción de espectáculo y fomento del ocio.

Los interrogantes se acumulan hasta desembocar en preguntas como: ¿Qué revulsivo social y cultural es capaz de operar la práctica artística hoy en día? ¿De qué modo juega este papel el arte si es que todavía lo entiende como suyo? ¿Qué capacidad de penetración puede llegar a conseguir el proyecto artístico frente a las estructuras más cerradas de la organización social? ¿Qué capacidad real existe para el abordaje de un fenómeno tan complejo y compacto como el de la televisión?

Las preguntas tienen que ver inevitablemente con el modo de entender nuevas formas de compromiso. ¿Es hora de respuestas, o simplemente es la aceptación del momento (y del contexto) con el que se trabaja?

Barthes se preguntaba: "¿Acaso la mejor subversión no es la de alterar los códigos en vez de destruirlos?" El vasco de Baiona planteaba así el trasfondo del problema: ¿nos infiltramos con el peligro de contagiarnos y ser neutralizados o, por el contrario adoptamos estrategias beligerantes?

Alguien ha escrito: "Pensar en una TV que realice o pueda realizar un servicio positivo a los objetivos de democratización del espacio social es ponerle una vela al aparato de control, poder y desarme ciudadano que más poderosa y terriblemente esquilma en nuestros días el tejido social y evapora en él toda posibilidad de trabajar por un proyecto de democratización concreta, el dispositivo que más sangrantemente estrangula cualquier posibilidad de comunicación auténtica en el espacio público. La pregunta de "qué acción es posible en la esfera pública" no tiene respuesta en el ámbito de la TV -como no

sea: anti-TV, microTV, TV no guiada por la ley que “define” a la TV, la ley de la audiencia.”²

Las relaciones entre el lenguaje y las intenciones del arte y las propias de los medios de comunicación se han construido a base de paradojas, contradicciones, desplazamientos, invasiones y malentendidos. El arte moderno, acotado y atrapado por el discurso formalista, ha acudido a los mass-media porque éstos ofrecen un perfecto [muñeco](#) al que hacer hablar sobre la percepción de la realidad actual, más allá de la simple expresión autonomista de las formas; por otro lado, los mass-media han adoptado buena parte de los postulados propios de las vanguardias de la modernidad para legitimar valores y jerarquías culturales.

Parece claro que el discurso de la modernidad artística ha cosechado un gran fracaso frente la presencia y al poder alcanzado por los medios de comunicación, por la industria de la ilusión y la del entretenimiento. El choque entre el formalismo moderno y las tecnologías de reproducción del siglo XX demuestra que el primero no ha sido capaz de sostener una contienda tan prolongada. El siglo XX se define por haber ofrecido paradigmas de percepción enormemente sutiles, como el cine, la radio o la televisión, que han llegado a crear la misma medialidad moderna.

Esta petición de sentido de la masas se contradirá en alguna medida con el hecho de que la modernidad artística fundamentara buena parte de sus postulados en la idea de la *expresividad*, renegando de un mayor interés por la *comunicabilidad* y las cuestiones de traducción. Las vanguardias iban en pos de nuevas codificaciones lingüísticas, cuyas rupturas con las ya existentes comportaban un inicial sinsentido, rompiendo así la posibilidad de crear universos narrativos integradores. Por otro lado, las técnicas más *comunicables* se confundieron rápidamente con patrones industriales, mientras las artes expresivas siguieron utilizando técnicas más o menos similares.

² <http://aleph-arts.org/no+tv/intro.html>

En un mundo personal falto de conexión social, como lo es la sociedad europea y norteamericana, las artes como la pintura o la escultura han representado muros impotentes y refugios de "intimidad" incapaces de conectar con las necesidades de esos nuevos individuos. El enorme valor romántico de la 'expresividad' en el discurso moderno del arte comenzó a no ofrecer salidas al sujeto urbano propio de una nueva sociedad del individuo. El moderno término *expresivo* exigía del espectador una confianza en el artista, una fe y una voluntad de diálogo con sus emociones, con sus sensaciones y con sus procesos. El formalismo inherente a toda la modernidad no podía cogerle de la mano y llevarlo a nuevos mundos, ni podía mostrarle lo fragmentado que el espectador mismo veía éste. Sólo podía ofrecer el descubrimiento del otro: del espectador o del artista.

Un sujeto aislado por la dinámica del capitalismo moderno, que se siente parte de un sistema engrasado y también responsable de una de las casillas, no podía reflejar sus obsesiones a través del lento diálogo que ofrecía la figura del artista como demiurgo, transmisor de sus propias experiencias. Los artistas modernos no eran capaces de ofrecerle a ese espectador canales de apertura a través de los cuales acceder a otras casillas del sistema. La obra de vanguardia se acababa en sí misma, era su propia realidad, íntimamente fundida con la del artista. Esa es la norma del formalismo. La expresividad de esa obra era inalterable, no movía los rasgos. La atención masiva de la clase media occidental a las narrativas industriales del entretenimiento se debe en parte a ese fracaso de comunicabilidad ofertado por la vanguardia³. La expresividad ha ido perdiendo

³ Eduardo Zaplana:

Yo respeto mucho el arte contemporáneo: sólo hay que ver nuestra política en el IVAM, la ciudad de las ciencias, etc. Sin embargo, hay que preguntarse por el valor de muchas de esas piezas llamadas "artísticas" cuando, por ejemplo, pues en Terra Mitica se da pie a toda una reflexión visual sobre los mecanismos de la diversión contemporánea, y hombre! con bastante éxito, creo yo ¿no? Además los niños simplemente se divierten y aprenden mucho del mundo. ¡Cuidado! Con esto no quiero decir que los artistas no tengan un papel crucial en nuestra sociedad, pero con sinceridad... no pueden pretender llegar a ser populares con ese tipo de trabajos. Deberían acoplarse mejor a los verdaderos intereses de la gente.

peso frente a la voluntad social de comunicación. En la sociedad de principios del siglo XX, con su naciente universo de privacidad, individualidad y seguridad, la experiencia se empieza a considerar como algo inalienable, expresión fundamental de la identidad. La experiencia se hace intransferible e incommunicable. Y así también la experiencia del artista aparece como intraducible. No es casualidad que gran parte de las primeras tecnologías desarrolladas en el XIX fueran de comunicación.

Tecnologías como el cine o la televisión han alcanzado un inmenso éxito, dado que se insertan en una sociedad donde, gracias a la reciprocidad e interconexión de la vida industrial, la información adquiere un valor esencial. La atención de toda la clase media y alta, al principio, y después de las clases obreras se desvió ávida de nuevos registros hacia las tecnologías audiovisuales.

Evidentemente, estas son unas aseveraciones que parecen ciertas a la luz de la respuesta social masiva frente a los mass-media en claro detrimento hacia la atención dedicada a las prácticas artísticas. Pero también es cierto, que desde el territorio "artístico" se han articulado numerosos intentos de deconstruir los mecanismos propios de la industria de la imagen. El escritor François Albéra⁴ lo expresaba de la siguiente manera:

"El arte contemporáneo se usa para transgredir y sobrepasar los límites, ya sean materiales, corpóreos o conceptuales. Lo que los excesos o déficits del cine con respecto al arte contemporáneo significan es esto: ¿puede participar en este proceso de pensamiento, o en realidad se encuentra en algún otro sitio? Por las mismas, uno podría preguntar: ¿pertenece incluso al propio campo del arte? Así, el arte contemporáneo cuestiona al cine, forzándolo a tomar posiciones."

Uno de los tópicos más recurrentes sobre las relaciones entre artistas y mass-media es que siempre son los artistas los que acuden a los medios de masas pero casi nunca viceversa. Convendría matizar un poco el porcentaje real de verdad que hay en ello. Muchos recursos estilísticos claramente procedentes de la

⁴ *Art Press*, París, 1993

experimentación artística, tanto visuales como narrativos, pueblan la tele, el cine y la publicidad: uso de cámaras de video casero sin trípode, collage de diversos medios en cine, videoperformance, tratamiento sucio de la imagen, ironías, etc. Todos estos recursos han nacido en buena medida de prácticas videográficas o de experimentación durante el conceptual de los setenta y ochenta. Por otro lado, mucho del debate actual sobre el desplazamiento de conceptos como el de autor, receptor y productor que se dan frente al auge de las nuevas tecnologías de la comunicación, han sido defendidas por ciertos sectores del arte desde los años 70.

Paralelamente, en los últimos años, las artes plásticas se han vuelto a encontrar con un formidable enemigo, que ha acabado por enterrar muchas de las expectativas que pudieran haberse formado entre artistas y demás agentes artísticos: la tecnología. El hecho de que la tecnología sea tan ampliamente apoyada, en el mundo educativo infantil, en el de la producción cultural universitaria, en los medios de comunicación, en los medios financieros, ha venido a dar respuesta a todos aquellos que buscaban un horizonte en donde implantar nuevos conceptos de vanguardia positiva. Con la extensión con la que la tecnología se despliega, la inversión, la rentabilidad, el entusiasmo mediático y de público, se asegura una ganancia social, que siempre se le fue denegada a la producción artística clásica.

Tampoco podemos dejar de lado una circunstancia importante: las condiciones de producción. En buena medida, el hecho de que muchos creadores con poco o ningún interés en el arte sigan trabajando para instituciones artísticas se debe fundamentalmente a las enormes dificultades de introducirse en la industria audiovisual y a las complicaciones inherentes a la hora de proponer actividades artísticas fuera del estricto mundo del arte. Pero decir esto a secas, sería negar un debate mucho más de fondo: ¿es un problema de lugares, más o menos contaminados con la etiqueta "artísticos"? ¿o es un problema sobre el propio carácter de la producción artística? Durante años, especialmente desde los primeros años 70, artistas y teóricos artísticos se han denodado por cruzar el límite entre el espacio artístico y aquellos otros sin definiciones tan asentadas. Indudablemente, el resultado no ha sido el esperado. Fotos y videos de

performances, acciones e instalaciones ocurridas fuera de la institución arte han acabado formando parte de las colecciones de los museos y de los libros de historia del arte contemporáneo. ¿Podemos seguir valorando ciertas experimentos artísticos en relación a una crítica a los mass-media como fructíferos, cuando éstos han acabado etiquetados como meras producciones artísticas?

A ver... ¿puedo meterme en la tele, en un programa de la tele, para cargarme la tele? ¿Tiene sentido ir a la tele para para echar pestes sobre sus modos y mecanismos? Si voy a un plató de entrevistas, invitado para debatir sobre la televisión, de entrada ya no me estoy dirigiendo a la gente que no mira el televisor. Cuestionar la tele desde la tele para los que no la contemplan es una cosa. Pero, ¿cómo cuestionarla para los que la ven, con fruición, con ahínco, con entusiasmo, con ardor y exentos de cualquier intención crítica?

¿Puedo hablar en contra del sistema si mis palabras van a acabar formando parte del sistema? ¿Qué sentido tiene atacar cuando a lo máximo que puedo aspirar es a que al final el enemigo me dé la razón? ¿quién es el enemigo? ¿cuáles son en realidad los modelos que nos permitirían una intervención crítica sobre el panorama mediático? ¿Cabe esta posibilidad, y qué matices podríamos encontrar en estas prácticas artísticas?

George C. Gerbner⁵ estableció en su ya clásico análisis sobre política televisiva, los cinco modelos posibles de intervención social y crítica sobre los medios:

1-La **aparición**, en su sentido plenamente espectacular como en su vertiente más deconstructiva.

2-La **infiltración** para crear sorpresa o provocación.

3-La **apropiación**, recomposición y desmontaje de imágenes y narrativas televisivas.

4-El **activismo**, a través del uso de recursos técnicos propios, dando lugar a modelos de televisión alternativos.

⁵George C. Gerbner, *Clowns and Politicians. A Survey of Critical Media*, Stanford University Press, 1978

5-El **camuflaje**, como forma de penetrar el sistema y crear cortocircuitos.

6-El **scorning** o ninguneo televisivo. La negación del hecho televisivo.

Todos estos modelos comparten líneas transversales, objetivos a menudo comunes y cruces entre sus diferentes estrategias y tácticas. A veces es difícil establecer las fronteras entre unos y otros, e incluso muchas prácticas suman algunos de estas prácticas en función del fin último que se persigue. Todo esto nos subraya las preguntas que nos hacíamos líneas más arriba: subvertir la televisión: ¿en sus medios o en sus mensajes? ¿en sus canales o en sus contenidos? Cuestiones clásicas en el debate sobre los medios del siglo XX.

Veamos esta clasificación con más detalle.

Aparición

¿Es la aparición el único modelo posible de intervención en un dominio que no es el propio y además cuando ese terreno, el de la televisión, se sustenta en el fenómeno de las apariciones? ¿es en realidad un modelo, o el resultado de ciertas estrategias de intervención?

En los años 70, época dorada de la televisión generalista (en la que aún no ha habido transición), y en un programa mítico como fue "Un dos tres...", la aparición de un artista del predicamento de Dalí, supuso para algunos, empezando por el propio "show-man"⁶ de Figueres, la reconsideración o la recalificación del rol del artista en el nuevo y pujante universo mediático. Tras la elección por parte de la pareja concursante de una de las últimas opciones de la subasta del programa, Salvador Dalí apareció en un vídeo. Pintando un lienzo con spray, y utilizando la simbólica calabaza protagonista del espacio televisivo a modo de máscara, compuso una extraña forma a base de gesto expresivo y genio creador. Como por "arte de magia", el fiasco del concurso -la calabaza- se

⁶ Todos recordamos las más que frecuentes apariciones de Salvador Dalí en la televisión de la década de los 70 en las que con su peculiar y extravagante

convertía en el gran premio por efecto de la firma que el afamado pintor dejaba con majestad sobre la tela.

El fantástico mundo del arte que formaba parte junto al coche *último modelo* y el apartamento en Torre vieja del escaparate más representativo del lujo, quedaba iluminado por el brillo de unos focos que no eran los del museo y se integraba en las posibilidades especulativas que la nueva economía de mercado abría a la sociedad de consumo en cuya puerta nos amontonábamos todos.

Dalí nos abre una estrategia, la de la aparición. Aparte de la aceptación del objeto artístico "de vanguardia"⁷ como valor de cambio en el engranaje consumista del show televisivo, lo más interesante radica en la propia aparición del artista como actor, como sujeto activo de esta nueva relación. En un principio, esta presencia del artista está exenta de intencionalidad artística, en el que ambas partes, el artista promocionado y el propio programa como "promotor de cultura", reparten beneficios en forma de prestigio. Pero el asunto no podía quedar sólo en eso, y de hecho el protagonista de esta aparición, se adelantaba a la utilización de este tipo de intervenciones, que después serán perseguidas estratégicamente por muchos artistas.

En este sentido, Alexis Vaillant se refiere a la idea de "aparición" en un texto en el que presenta la obra del artista Matthieu [Laurette](#)⁸ en términos de "mecánica", de proceso cuidadosamente elaborado a través de los planteamientos artísticos del autor francés ("aparecer es reaparecer"), y describe esta idea a la luz de sus diferentes definiciones y concepciones:

"... La aparición es la manifestación sensible de una persona o de un ser cuya presencia no se sabría explicar por el curso natural de las cosas. Es necesariamente breve, puesto que se trata del acto de aparecer. Se

discurso jugaba a ser "personaje" como parte complementaria de su labor artística.

⁷ Al decir aquí "objeto artístico de vanguardia", me refiero a las obras que en el mercado del arte funcionarían como objeto de importantes transacciones de dinero.

⁸ ¿Nos hemos visto antes en algún sitio?, Alexis Vaillant sobre Matthieu Laurette, Zehar nº 41, (pag.8). Boletín de Arteleku.

distingue de la visión en que supone la existencia real del objeto percibido o de la persona vislumbrada"...

Este tipo de trabajos supone una estrategia de camuflaje, de infiltración en los media, desarrollada de diferente forma a través de varios proyectos. Cuando el artista participa en el concurso *Tournez manège*, más de 200 personas reciben días antes por correo o por fax una invitación (en la que se da cuenta de la hora y el canal) para ver el programa. La (tele) difusión se anuncia como una exposición personal.

..." El artista sabe que la aparición define también lo que no ha tomado cuerpo todavía, en el sentido de que se habla de una sombra de advertencia. Es la razón por la cual no ha dirigido la invitación únicamente a conocidos"... continúa Vaillant.

Laurette utilizará el dispositivo de la aparición con el objeto de ser reconocido⁹, identificado mediante la difusión, y para ello figurará entre el público estratégicamente situado, apareciendo en rápidos enfoques y participando de la festividad de la telepresencia, insertándose en los públicos, convertidos, según sus propias palabras, "en el papel pintado de los platós de televisión". Su trabajo se cifra así en trabajar los aspectos mediáticos, pero también económicos¹⁰.

El proyecto de Laurette, su sentido estratégico y su aparente capacidad de detección de fisuras estructurales en la representación mediática contrasta con la espontánea e impetuosa voluntad (o necesidad) de aparición que otras personas experimentan ante un fenómeno como el televisivo, con el que se relacionan de una manera natural, cotidiana. La propia aparición televisiva es una circunstancia entendida de muy diferentes formas por la audiencia, una

⁹ "En la mecánica de las apariciones de Laurette, aparecer es reaparecer, aparecer una segunda vez, aparecer solamente segundas veces. El dispositivo aparente del artista se sitúa, pues, entre el aparecer y el aparecido".

¿Nos hemos visto antes en algún sitio?, Alexis Vaillant sobre Matthieu Laurette, Zehar nº 41, (pag.8). Boletín de Arteleku.

sensación distinta para cada persona, que festeja con múltiples matices el hecho de participar del ceremonial televisivo, del ritual del minuto de gloria, de ser visto y poder saludar a todos sus conocidos de una sola vez. Una festiva excitación que podemos comprobar a menudo en segundos y terceros planos de la imagen que observamos en la pantalla..."papel pintado" o tapiz vivo... todos estamos ahí.

No obstante, el fenómeno de la aparición plantea segundas cuestiones de carácter político. ¿No es la re-aparición una forma de asumir las propias exigencias del sistema? Si aparezco dos veces, ¿no estoy conformando un espectáculo previsible en términos de expectativas? Muchos activistas y analistas contemporáneos como Chomsky sostienen la necesidad de que, al actuar dentro del sistema de representación televisual, se ha de hacer una sola vez: una sola aparición, entrar, soltarla y salir. Ahora bien, ¿para qué?

En este sentido, y poniendo sobre el tapete otro ejemplo de aparición, desde una perspectiva que podríamos denominar más "underground", la relación que presenta el artista bilbaino Natxo Allende con la televisión conecta en muchos aspectos con la de Matthieu Laurette, por mucho que pueda pesar a ambos.

[Allende](#), polifacético personaje (que también se hace llamar Natxo Torbellino), trabaja desde hace años sus apariciones en distintos canales de televisión entre la obsesión por verse participando en todo tipo de programas (fundamentalmente "*talk shows*"), y la investigación de los entresijos de producción y de las relaciones que gobiernan el sistema del espectáculo.

Su texto "Yo también fui víctima de la telebasura"¹¹, escrito con un estilo y un desarrollo en perfecta sintonía con los contenidos de que trata, describe en primera persona sus experiencias de aparición en diferentes programas y en

¹⁰ Entrevista de Miren Eraso a Franck Larcade en Zehar nº 41, (pag.8). Boletín de Arteleku. Las frases entrecomilladas que siguen a la cita, son del propio Larcade.

¹¹ "Yo también fui víctima de la telebasura, De cómo funcionan los programas de televisión por dentro o cómo participar en el circo mediático", Artículo aparecido en la revista "NEO 2", en Mayo de 1999 y en Primer Linea (Noviembre de 2000) y disponible en:

distintos canales de televisión. Mediante una narración bizarra y no exenta de fascinación incontrolada, Allende descubre los aspectos más fétidos de ese mundillo por el que desea transitar, a pesar de todo, como un turista, como un paseante que accede "desde fuera", como un espectador infiltrado en el engranaje, pero dispuesto a dejar su eyección explosiva en el interior del sistema, salpicando la credibilidad de todos los agentes implicados.

La aparentemente forzada puesta en relación entre estos dos "artistas", tiene la intención de hacer ver lo cercano de ambas intencionalidades y lo distante de su envoltorio, para intentar comprobar así, hasta qué punto la pátina artística de determinados proyectos capacita a las operaciones de aparición (pero también de infiltración y camuflaje) para obtener resultados de verdadera incidencia social, política, etc...

Laurette trabaja al amparo salvífico del proyecto artístico, mientras Allende "sufre" en sus carnes el maltrato de una maquinaria deshumanizada como es el propio mecanismo espectacular que él *adora*. Laurette, por su parte, oficia ante los suyos un trabajo "interesante" en el espectacular mundo del arte, mientras la vida lleva a Allende al encuentro traumático con una estructura compacta con la que mantiene una relación intensa y verdadera de amor-odio, a la que quiere dinamitar desde dentro.

Infiltración

Es importante hacer notar una vez más el carácter mestizo de los modelos propuestos por Gerbner, y más en concreto el referido a la *infiltración*, que aún, conjuga o relaciona claramente aspectos que tocan a lo que el autor norteamericano denomina como *aparición* y prácticas activistas con extensiones cercanas al camuflaje. La infiltración comparte estrategias de escenificación propias del camuflaje, a la vez que a menudo bajo la superficie se mantiene latente, buscando el momento adecuado para evidenciar el éxito de la

infiltración, detonar el sistema desde dentro, proponer variables posibles o simplemente denunciar prácticas políticas o de narrativa audiovisual.

En los modelos televisuales actuales, la infiltración ha pasado a ser un subgénero con entidad propia, al que como rémoras se han acercado todo tipo de televisión basura y periodismo de carácter amarillista y para-fascista, con la excusa de crear supuestas divergencias y dar cobijo a actitudes anormales. Sólo hace falta ver la programación nocturna de cualquier canal de televisión en España.

Por otro lado, y partiendo de propuestas nacidas en las televisiones norteamericanas de finales de los 80 (véase COPS), en la actualidad puede apreciarse una proliferación de productos que bajo el mero argumento de la cámara oculta proponen una visión para-documentalista y heroica de un periodismo, que lo único que busca es una mirada torticera, y cargada de apriorismos y dirigismo político y mercantil. Mediante el uso de ciertas texturas, modos de presentación y construcciones de veracidad, estos programas están cargando formalmente los mensajes con la intención de criminalizar y presentar realidades sociales disidentes (o no) separándolas de sus verdaderos contextos espacio-temporales. Por poner un ejemplo, de entre la maraña de programas surgidos en esta línea, cabe señalar, (no por su importancia, sino simplemente porque es el último), el titulado precisamente *Infiltrados*, presentado por la nieta izquierdosa de Franco, Javier Nart.. El simple hecho de una cámara oculta filmando secretamente actividades de ciertas personas o grupos da pie a un subgénero televisivo sin más fundamento que la culpabilización pública de sus actitudes, a través de una manera muy predeterminada de presentar los hechos. De esta forma, paralelamente, desactivan los conceptos de realidad que muchos creadores han pretendido analizar a través de cámaras invisibles, como es el caso de los programas de denuncia de gente como Michael Moore y demás. Estos programas-basura contaminan profundamente los géneros y formatos en beneficio del puro marketing y de un entretenimiento voyeurista de no poco peligro, haciendo pasar a activistas de izquierda como terroristas o a emigrantes como delincuentes, todo ello además legitimado por una supuesta

profesionalidad de los equipos informativos, que son capaces de "arriesgarse" en situaciones de peligro, convirtiendo así al periodista en héroe y juez.

En otro orden de lectura, el modelo infiltratorio, de hecho, viene recogido en muchos de los debates estrictamente políticos que han marcado las décadas posteriores al mayo del 68. Tras las luchas de finales de aquella década, y la progresiva constatación del fracaso de las mismas, muchos intelectuales optaron por una actitud "colaboradora" con la televisión, en previsión de que poco a poco las emisoras y canales fueran paulatinamente aceptando nuevas realidades políticas. Ese tipo de planteamientos acabó en fracaso al incorporarse plenamente en las agendas comerciales y políticas de los canales. La televisión de los años 80 se convirtió en un modelo [fagocitador](#), no ya dependiente de censura, sino simplemente pendiente de la audiencia. Todo valía. Todo vale. Se trata de un sistema bulímico.

La infiltración así muestra su doble vertiente, como indicó brillantemente Gerbner: por un lado, aquella infiltración-aparición que busca ser reconocida a través de su inserción sorpresiva; y por otro lado, la infiltración-camulaje, que persigue un enmascaramiento.

A su vez, podríamos añadir que, a la vista de lo que ha pasado en la televisión durante los últimos años, ambas modalidades pueden adquirir dos estrategias distintas:

- la presentación de modo pasivo
- la presentación activa, como detonador de un mensaje

Como ejemplo de esta hibridación de tácticas y estrategias, aparte de los ya vistos [Laurette](#) vs [Allende](#), encontramos a Orel [Deere](#) o el trabajo de Chris [Burden](#) en "*TV-Hijack*"¹², en la que el artista secuestra a la presentadora que se disponía a entrevistarle, exigiendo que sus imágenes del artista fueran difundidas como pago de su liberación.

¹² TV Hijack, 1972. Canal 3 Cablevision, Irvine, California: 9 de Febrero de 1972. Puede encontrarse más información en el catálogo "Chris Burden" editado por el Centro de Arte Santa Mónica, de Barcelona.

"Los artistas nos demuestran que lo que está en juego concierne ante todo a la naturaleza misma del espacio de difusión. Respetar la canalización para introducirse en el molde durante un momento, es adoptar códigos. De ahí se deriva la violencia premonitoria de "*TV-Hijack*"..."¹³

El propio Burden utilizará de otro modo esta canalización en su obra *Leonardo, Michelangelo, Rembrandt, Chris Burden* (1976), en la que utilizando el espacio publicitario se presenta él mismo como un producto de consumo.¹⁴

Christian Jankowski, *Telemistica*, 2000

German artist Christian Jankowski exhibits *Telemistica*, a work he realized for the 1999 Venice Biennale. Jankowski called several televised fortune tellers in Italy and asked them to prophesy his next work of art. Armed with a deck of Tarot cards, fortune tellers responded to questions like, "Is the idea I've got the right idea?" The response included clichés about artists. Some foresaw success for his new work in general terms and others cautioned him to withhold hopes for financial success in art. Unwittingly the psychics were being recorded on videotape as they answered his questions. Their soothsaying on art became his art work. The commentary is very entertaining as the astrologers for once seem trapped in a game that is not their own.

Skaggs: la pieza de Castellón

Parece claro que en una situación como la actual, la idea de camuflaje/infiltración comienza a verse como una salida interesante ante el imperio de la identidad, en el que el valor supremo es la propia seguridad. Y no deja de ser sintomático que tanto esa salida como el propio modelo que ofrece el sistema procedan de técnicas y teorías terroristas, cuando éstas señalaban que

¹³ ¿Nos hemos visto antes en algún sitio?, Alexis Vaillant sobre Matthieu Laurette, Zehar nº 41, (pag.8). Boletín de Arteleku.

una de las mejores maneras de poner bombas en las comisarías era la de vestirse de policía y así introducirse dentro de una forma casual e inadvertida. Esto nos advierte que el sistema, o mejor dicho, el conjunto de sistemas integrados, debe asumir premisas policiales a la hora de gestionar su propia supervivencia. Usuarios y sistemas comparten por tanto las mismas técnicas de defensa respecto del contrario. Sin duda el resultado de todo esto es predecible: el sistema seguirá regido por modelos de compartimentación, de secretismo, de codificación y de seguimiento, mientras los usuarios críticos adoptarán cada vez más a menudo técnicas de camuflaje y emborronamiento de pistas.

En 1973, Chris Burden comenzó a comprar espacio publicitario en televisiones locales en Los Angeles. En ellos, mostraba clips de 10 segundos de su obra. En algunos de éstos "anuncios", llamaba la atención sobre la idea del "high art" y su relación con el mundo comercial de la publicidad. La obra tenía un valor de choque en la que el "genio" es presentado como una mercancía parecida a cualquier otro producto de publicidad televisiva. Otro anuncio consistía en 3 declaraciones: "La ciencia ha fracasado", "El calor es vida" y "El tiempo mata". Burden leía las frases, mientras éstas eran mostradas en pantalla en forma de flashes, seguidas por la palabras "Chris Burden, esponsorizado por CARP". Este anuncio fue reproducido un total de 72 veces en un periodo de 5 días.

Apropiación y deconstrucción

Muchas de las prácticas artísticas que abordan el terreno de los medios de masa se dirigen a la deconstrucción de los mecanismos y narrativas institucionales. El desmenuzamiento de las tramas del discurso corporativo se hace esencial, ya que congela por un momento el reloj para así poder observar las estrategias políticas y narrativas.

El discurso posmoderno de los años 80 subrayó la necesidad de recomponer buena parte de los fragmentos ruinosos de la historia del arte y de la

¹⁴ Postmodern Currents, Art and Artist in the Age of Electronic Media". Margot Lovejoy. 1997.

representación del siglo XX en un plano de recuperación y alegoría histórica. Muchos analistas ya han señalado la "urgencia por dar forma a la historia" que subyacía en la mayoría de los discursos y las actitudes posmodernas de los años 80.

Muchos jóvenes creadores de esta década comenzaron a plantearse su relación con el medio televisivo ya no desde una perspectiva de producción, en el sentido de crear imágenes con equipos de grabación y edición, sino de apropiación de un universo visual que era prácticamente considerado una segunda piel, recalificando así el entramado icónico de lo que se considera discurso televisivo. Podríamos encontrar antecedentes de estas prácticas apropiacionistas en las teorías deconstructivas de los situacionistas en los años 60: No obstante, y hablando del caso español, no se puede obviar el hecho de que buena parte de estas prácticas fue realizada por una generación crecida con la televisión como electrodoméstico plenamente asumido durante la infancia.

Tampoco podemos olvidar el hecho de que, en el estado español, la apuesta institucional por el arte emprendida en los 80 obvió claramente toda estructura pública de acceso a los recursos técnicos, propiciando así unas prácticas de bricolage –que constituirán buena parte de los discursos videoartísticos de estos años- potenciadas además con el tiempo por la aparición de la edición digital de bajo coste. Así, la publicidad, el cine y el video doméstico se constituyen en herramientas fundamentales para videocreadores que pretenden deconstruir las narrativas institucionales sobre el cuerpo (género), sobre el marketing, la identidad o las narraciones políticas en televisión. Sin duda, estas prácticas aportarán un enorme caudal de debate en las nuevas líneas contra la autoría y los derechos sobre las imágenes, creando desde el trabajo en el soporte video toda una línea crítica que influirá enormemente en algunas de las actitudes que marcarán los discursos digitales alternativos de los años 90.

Todo ello también tendrá un gran ascendencia en el estricto mundo del arte, abriendo debates fuera del medio videográfico, al propiciar toda una cultura mixta e interrelaciones que se podrán observar en pintura, fotografía e instalación.

Otra de las vías asumidas durante los 70, con la aparición del VCR (reproductor-grabador de video) fue la posibilidad de rehacer las narrativas audiovisuales imperantes en los principales medios. En este sentido, muchos creadores descubrieron nuevas opciones de articulación de narrativas híbridas que pusieran en entredicho el formato y contenido de los mensajes audiovisuales.

The Third Memory

«L'histoire qui va suivre est une histoire vraie. Ces événements se sont déroulés le 22 août 1972 à Brooklyn, New York». Ainsi débute le film *Un après-midi de chien* produit par la Warner Bros et mis en scène par Sydney Lumet en 1975. Qu'est-il arrivé ce jour-là ? John Wojtowicz est l'auteur d'un braquage dans une succursale de la Chase Manhattan Bank à Brooklyn. Très rapidement encerclé par la police, il prend en otages les employés. Après plusieurs heures de négociation avec le FBI, il obtient un bus pour se rendre à l'aéroport JK Kennedy avec les otages. Arrivé à l'aéroport, il est arrêté et son complice est abattu. L'événement fut couvert en direct par les télévisions et fit la une des principaux quotidiens américains les jours suivants. C'est un article publié dans *Life Magazine* qui va inspirer Sydney Lumet. Concentré sur l'aspect spectaculaire de l'événement et écrit sous la forme d'un scénario, il va constituer la trame de *Un après-midi de chien*. Interprété par Al Pacino, John Wojtowicz devient Sonny Wortzik. Spectateur de sa propre histoire, John Wojtowicz ne se reconnaît pas dans l'image et la représentation que la mise en scène de ce qu'il a vécu donnent de lui. Le dispositif imaginé dans *The Third Memory* est une reconstitution qui permet de vérifier certaines hypothèses. Là où le scénario, la mise en scène, la performance d'acteur conduisent la fiction, la reconstitution opère une mise en situation, en présence de l'auteur de l'événement ; elle révèle les conditions de l'histoire vécue et ses motivations. La reconstitution tente de faire apparaître une image précise du réel, elle fait appel à la mémoire de l'auteur, qui est à la fois l'acteur et le commentateur de ses propres actes. *The Third Memory* est une reconstitution de faits, mais elle se déroule dans le décor de la fiction tournée par Sydney Lumet parce qu'elle n'a pas comme seul enjeu de comprendre les conditions dans lesquelles l'événement s'est produit, mais également d'exposer les relations qui peuvent s'établir entre l'auteur d'une action et le personnage qui le représente. C'est l'histoire d'un homme qui a été volé, dépossédé de sa propre image. En l'occurrence, l'auteur du fait divers réclame que l'image de ce même fait divers ne soit pas qu'une illusion. Quand la fiction - qui prétend rendre compte du réel - remplace ou instrumentalise l'imaginaire, quand le sujet représenté réclame que celle-ci soit plus réelle, alors le droit de l'auteur du fait réel consiste à prendre la parole dans la structure mise en place par l'auteur de la fiction afin de reprendre sa place au sein du dispositif qui l'a dépossédé de sa propre histoire. Prendre la parole pour devenir l'acteur de sa propre mémoire. *The Third Memory* offre à l'auteur du fait réel la possibilité de se réappropriier les formes de représentation et les formes d'aménagements du temps libre produits par (l'auteur de) la fiction.

Pierre Huyghe

OVNI

Dara [Birnbaum](#)

Kiss The Girls: Make Them Cry

07:00 1979

Using selected details of TV's Hollywood Squares, Birnbaum constructs an analysis of the coded gestures and "looks" of the actors, exposing television as an agent of cultural mimicry and instruction.

Pop-Pop Video: B. Kojak/Wang

04:00 1980

Pop-Pop Video: Kojak/Wang takes a shoot-out from Kojak, and extends the shot and counter-shot into a potentially endless battle. Birnbaum draws a parallel between gunfire and bursts of laser light diving into a computer in a Wang Computer commercial, thereby connecting destruction and violence with the products of advancing technology.

Technology/Transformation: Wonder Woman

07:00 1978

As one of the first artists to appropriate TV footage as a strategy to critically reposition the texts of television, Birnbaum examines the production of television's fantasy spectacle in relation to ideological constructions of women and power in this early seminal video.

Activismo

La televisión como elemento fundamental del entramado organizativo de "lo público", presentó en sus comienzos (años 60 y 70), unas posibilidades de amplios horizontes por efecto del prestigio que el nuevo fenómeno tenía para sí como medio influyente y creador de opinión. El trabajo artístico tuvo en estas primeras etapas de la televisión una presencia activa: participaba no sólo en la propia conformación de un nuevo lenguaje audiovisual, sino que quiso

confundirse con ella de un modo que nunca más podrá repetirse. Momentos en los que la capacidad de camuflaje e infiltración en el ámbito de la televisión anulaba todo umbral diferencial, llegando a una identificación tal, que podían entenderse algunas de las teorías sociales de la comunicación más avanzadas (Brecht, Tauffic...¹⁵), a través de las prácticas provenientes de las artes visuales.

Pero aún conociendo las numerosas revisiones que han atendido a las distintas experiencias que desde la rebeldía o desde la experimentación han intentado el asalto al fenómeno televisivo (revisiones que se han prologado recientemente en relación con el net-activismo¹⁶), conviene citar algunos momentos clave de esta historia. Una historia que ha sido revisada con fenomenal urgencia y que describe perfectamente Marita Sturken¹⁷:

"El vídeo se ha llenado de la noción de su propia historia. Los intentos de definir el medio han ensombrecido su crecimiento desde sus principios. Bill Viola afirmó: "En 1974, la gente ya estaba hablando de la historia, y lo han seguido haciendo a lo largo de estos años. El vídeo puede convertirse en la única forma de arte que jamás haya existido que tenga una historia antes de hacer historia. "Se estaba inventando el vídeo y de forma simultánea sus mitos y sus héroes culturales."

¹⁵ Como son "Teoría de la radio" de Bertolt Brecht, de 1927; "Periodismo y lucha de clases", de Camile Tauffic, 1976. "Elementos para una teoría de los medios de comunicación", de H.M. Enzensberger (Edit. Anagrama. Barcelona. 1971). "Comunicación de masas e imperialismo yanqui", H.I. Schiller, (Colección punto y línea, 1977).

¹⁶ Esta puesta en relación del "vídeo de combate", con el activismo en la red, tiende a reproducir la urgencia en la conformación de una historia (como dirá Marita Sturken), y peca de reproducir los tópicos que han presidido la revisión de estas experiencias, sin revisar el contexto y las circunstancias de la creación multimedia.

Para activismo en la red, ver <http://this.is/etoytech/fra/linx.html>

En un texto para la misma publicación, *Illuminating Video*¹⁸, Deirdre Boyle hace un repaso de lo que supuso el nuevo tratamiento de la televisión en los U.S.A. desde 1970, a partir del movimiento "underground" de vídeo. Señala la definitiva importancia de la aparición del vídeo portátil y de los canales de acceso público, y establece a partir del 71 la división entre artistas del vídeo y activistas del vídeo. Los realizadores del vídeo alternativo se subdividieron en defensores del vídeo comunitario y de "*Guerrilla TV*".

Al referirse a *Guerrilla Television*, dice así:

"... Aunque los seguidores de la *Guerrilla Television* profesaban un interés por el vídeo comunitario, por lo general estaban mucho más interesados en desarrollar "el medio-vídeo" y conseguir que las cintas se mostraran en televisión más que en servir a un grupo localizado. Probablemente la *Guerrilla Television* más conocida fue producida por un grupo "ad hoc" de realizadores de vídeo reunido en 1972 para cubrir las convenciones políticas para la televisión por cable. *Top Value Television* (aka TVTV), produjo cintas documentales de una hora de duración de las Convenciones Nacionales de los Demócratas y Republicanos (*Four more years*), e hizo historia en vídeo, proporcionando a los espectadores nacionales una visión iconoclasta y alternativa del proceso político estadounidense y de los medios de información que lo cubrían. TVTV se basó en la experiencia técnica y artística de grupos del tipo de *Videofreex*, *Raindance* y del grupo con base en San Francisco *Ant Farm*, añadiendo una forma distintiva

¹⁷Marita Sturken en "*Paradox in the Evolution of an art Form: Great Expectations and the Making of a History*". "*Illuminating vídeo. A essential guide to Vídeo Art*". Doug Hall. Sally Jo Fifer. Editorial Aperture/Bayc

¹⁸Deirdre Boyle, "*A Brief History of Documentary Vídeo*"., publicado en "*Illuminating vídeo. A essential guide to Vídeo Art*". Doug Hall. Sally Jo Fifer. Editorial Aperture/Bayc

de producción y promoción del acontecimiento en la televisión por cable..."

"[...] el éxito de TVTV con sus dos primeros documentales para la TV por cable atrajo el interés del público televisivo, y TVTV fue el primer grupo de vídeo encargado de la producción de trabajo para la emisión a nivel nacional en la televisión pública. La nueva tecnología -especialmente los "portapak" de color, equipos de edición electrónica y el *stand-alone time base corrector*- hicieron posible la emisión de vídeo de media pulgada. Y con ello la *Guerrilla Television* revisó sus objetivos revolucionarios en un movimiento de reforma para mejorar la *broadcast television*, por ejemplo. Sin la inspiración de los puntos de vista políticos radicales de los años 60, los productores de *Guerrilla Television* se fueron interesando con mayor intensidad por la política del *broadcasting* (...)"¹⁹

"Photo Media Primer", Paul Ryan and Raindance. (1970) 14 min.

La actividad de Paul Ryan se remonta a los 60, pero es en 1969 cuando expone en la galería de Howard Wise de Nueva York en el ámbito de la exposición colectiva "TV as a creative medium", junto a Nam June Paik, etc. Al año siguiente y en colaboración con el colectivo "Raindance", conocido por su militancia en el denominado "Guerrilla Television", firma esta cinta-collage en la que la cámara está en cada ocasión participando del suceso, sin artificio y sin mediación.

¹⁹ El programa "Four More Years", de TVTV, está incluido en la selección "Surveying the first decade". *Vídeo and alternative media in the United States*. ("Revisando la primera década". Vídeo y medios alternativos en los Estados Unidos).
producer : kate horsfield / curator: christine hill / project coordinator: maria troy.
-un programa de vídeo data bank-.

"Four More Years", (Top Value TV) (TV TV) (1972) 50 min.

El colectivo TVTV, uno de los grupos más representativos de producción alternativa y contrainformación, realizó en 1972 dos programas modélicos y representativos de este tipo de vídeo militante: "The World's Largest Studio" y, sobre todo "Four More Years", a propósito de las convenciones demócrata y republicana, respectivamente. Los dos reportajes tuvieron importante repercusión, a través de las emisiones por cable, al plantear la cobertura informativa de acontecimientos políticos con un estilo directo, cámara en mano, con información producida y recogida en la calle y no en el estudio, con los testimonios de sus protagonistas y sin la intermediación de bustos parlantes.

Boyle señala más adelante la diferencia de matiz que supuso la práctica del "vídeo comunitario", que tomó conciencia de las posibilidades sociales del medio. La presión y la desconfianza al entrar en relación con la televisión, los separó de su finalidad original que era facilitar el vídeo "de la gente para la gente":

"[...] Los activistas del vídeo *"grassroots"*, lo consideraron un medio para conseguir un fin: la organización comunitaria. Su objetivo principal era el uso del vídeo para llevar a cabo el cambio social, no para experimentar con un nuevo medio o cambiar la estructura de la *broadcast television*. El *Challenge for Change* de Canadá, un esfuerzo patrocinado por el gobierno, fue el pionero en el uso del vídeo como catalizador para el cambio en la comunidad a finales de los años 60 y sirvió como modelo para muchos experimentos realizados en los Estados Unidos"

"Los seguidores del vídeo comunitario solían discrepar con frecuencia sobre el hecho de si deberían producir cintas para *broadcast* o poner énfasis en el proceso por encima del producto por medio de la proyección de cintas inéditas para los ciudadanos en sus hogares, centros comunitarios u otros entornos de circuito cerrado. Muchos activistas desconfiaban de la relación con la televisión".

"Fifty Wonderful Years", *Optic Nerve*. (1973) Aprox. 26 min.

"*Optic Nerve*", uno de los colectivos que surgieron en los 70 cercanos al planteamiento de *Guerrilla Television*, se opone frontalmente a los narradores autoritarios de voz poderosa. Rechazaron la narración sustituyendo a los entrevistadores y retaron a la llamada objetividad del periodismo televisivo, proclamando rotundamente sus puntos de vista. El objeto del trabajo en esta cinta son las elecciones de Miss América, fenómeno que analiza a través de un serio trabajo de investigación, solucionado formalmente de manera tremendamente eficaz.

A propósito de *Guerrilla TV*, el texto "Vídeo para la comunidad" de Michael Shamberg que aparece en el libro "Los años que conmovieron al cinema"²⁰, pone de manifiesto el carácter activista del grupo *Raindance* y de su publicación, *Radical Software* :

"...El gobierno no es sino una tecnología más. En este momento el Aparato del Estado que se ocupa del arte se ha quedado muy atrás respecto a otros aparatos burocráticos al negarse a adoptar las sofisticadas tecnologías que las empresas y hasta los departamentos de policía están

²⁰ "Los años que conmovieron al cinema. Las rupturas del 68". Varios autores. Ediciones Filmoteca. Textos 2. 1988. Valencia.

utilizando. La indigencia informativa es tan real como la pobreza material. En realidad, las dos van cogidas de la mano. Mientras la teledifusión siga siendo el único modo de transmitir información audiovisual, mientras la producción siga siendo tan costosa, la televisión estará controlada por una élite de facto".

El citado libro recoge un texto que manifiesta los objetivos del grupo y su disposición en la búsqueda del "feed-back", para convertirse en "estación operativa de la comunidad". En California surgieron asimismo grupos como *Ant Farm*, *Teleton*, *Optic Nerve*, *Homeskin*, *Mission Mediarts*, *Vídeo Free America*, etc.. Centros como el *Vidéographe* de Montreal, y los *Alternative Media Center* y *Open Channel* de Nueva York, constituyeron modelos alternativos, por encima del concepto del pequeño grupo.

Eugeni Bonet²¹, ha repasado las experiencias televisivas que artistas y activistas de los media llevaron a cabo desde finales de los 60, tanto en Estados Unidos como en Canadá y Quebec. Así por ejemplo, es interesante citar la subvención por parte de la Fundación Rockefeller, de los departamentos de experimentación con vídeo en la KQED-TV de San Francisco y en la WGBH-TV de Boston, a los que se sumará más adelante el TV-Lab de la WNET-TV, de Nueva York...

***Television Delivers People*. Richard Serra. (1973). 6 min.**

***"Television Delivers People"*, es una de las obras más significativas para entender lo que los artistas pensaban de la televisión en los años 70. El autor difunde su propio mensaje, como si fueran los rótulos o créditos de los programas que pasan en rodillo, uno de los recursos más característicos de la televisión. El vídeo de Serra sustituye estos créditos por breves frases de clara intención crítica,**

²¹ "En torno al Vídeo"

Eugeni Bonet/Joaquim Dols/Antoni Mercader/Antoni Muntadas. Editorial Gustavo Gili. 1980. Barcelona.

que circulan por la pantalla con anodina música ambiental: "La televisión entrega la gente al anunciante", "Usted es el producto de la televisión", "El consumidor es el consumido", "Usted es consumido", etc...

Pero es sin duda la experiencia "*Paper Tiger*", la más significativa cuando nos referimos al modelo de televisión alternativa. Es en los ochenta, como respuesta a un creciente conservadurismo en los Estados Unidos, cuando cierto panorama reivindicativo se reactiva en el "renacer del espíritu de *Guerrilla TV*". Dierdre Boyle en la citada publicación *Illuminating Vídeo*, señala:

"Desde 1981, se produce en la ciudad de Nueva York para un canal de acceso público un programa por cable, semanal, crítico con los medios de comunicación en América, realizado por un impulsivo colectivo de realizadores de Vídeo independientes. Basándose en las tradiciones del vídeo radical, *Paper Tiger Television* ha inventado su propia estética de estudio "*funky*" casero, demostrando que la energía, el talento, pocos recursos y el cable de acceso público son suficientes para hacer televisión revolucionaria. Muchos de los programas de media hora de *Paper Tiger* son "acontecimientos" en vivo en el estudio, que recuerdan ligeramente a los "*happenings*" de vídeo de los años 60. Los anfitriones del *show* son críticos de los medios de comunicación mayoritarios en Estados Unidos, que analizan las publicaciones informativas en su mayor parte examinando su propiedad corporativa, agendas ocultas y medios de información".

"En 1986, *Paper Tiger* organizó "*Deep Dish TV*", la primera serie de acceso público nacional, distribuida vía satélite a los sistemas por cable participantes y las cadenas de televisión

pública del país. La exitosa audiencia de esta antología de los programas hechos por la comunidad sobre temas como el empleo, vivienda, la crisis del campo y el racismo promete una nueva era para la producciones documentales alternativas".

La revista "Off Vídeo"²², retoma la actividad de Paper Tiger Television, así como de Deep Dish TV. El texto de Adrienne Jenik (miembro de Paper Tiger y profesor en el California Institute of Arts) trata el papel que este tipo de contrainformación juega hasta poder llegar a convertirse en una diversión inteligente. El texto que comienza con el denominado *The Paper Tiger Manifesto*, acaba con estas palabras:

"Con diez años a sus espaldas *Paper Tiger* no está aún preparada para ser recordada: permanece como una criatura hecha de espontaneidad e ingenio, de soporte frágil y no muy elegante, abierta al examen y dispuesta a embestir".

La revista "Acción Paralela" publica el texto "Un epílogo para la Guerrilla TV"²³, del propio Dierdre Boyle, en el que revisa la experiencia del fenómeno que él mismo retrató hace ya veinte años. El paso de los años ha mermado algunos aspectos de las intenciones fundamentales de ese panorama, pero ha sobrevivido a lo largo de los noventa, años en los que el autor señala que "la oposición y el clima contrario a los puntos de vista diversos nunca fue mayor". Comenta asimismo que el futuro de *Guerrilla Television* está por verse y:

"...si los retos a los que se enfrentaron sus visionarios fundadores en los setenta no fueron suficientes para doblegar

²² "Off Vídeo" Número 5. "Televisión y usos alternativos".

Editado por Patronato de Cultura del Ayto. de San Sebastián y Kulturetxea de Larrotxene. Número coordinado por Gabriel Villota.

²³ "Acción paralela" Número 5. Enero 2000.

"Un epílogo para la Guerrilla TV" (Epílogo del libro "*Subject to Change. Guerrilla Television Revisited*", Oxford UP, NY, 1997) , Dierdre Boyle.

su impulso hacia un acceso más democrático a los canales públicos de discurso electrónico, entonces quizás el reto actual sólo servirá para que los medios alternativos refinen sus tácticas y decidan asegurarse de que un amplio espectro de ideas y voces llegan a la opinión pública en el entorno informativo del nuevo milenio."

Existen notables diferencias entre Europa y Norteamérica en el tratamiento teórico y práctico del vídeo comunitario y de la televisión alternativa. Los motivos son variados y van desde la dificultad de unificar distintas políticas comunicativas (estructura social y jurídica diversa), hasta la desigualdad de ambos continentes en cuanto al acceso a los sistemas de producción. De esta manera, la actividad que se ha dado en Europa en este tipo trabajos ha sido menor y más dispersa. Como experiencias aisladas y más en conexión con el tipo de trabajo que busca su infiltración en el flujo televisivo convencional, cabría destacar las "*TV pieces*" de David Hall para la televisión escocesa (1971).²⁴

"TV Pieces", David Hall, (1971) UK. 23 min.

El artista David Hall pudo emitir estas piezas a principio de los años 70, como resultado práctico de un programa de investigación en el que la televisión se constituía como objeto de trabajo, tanto desde el punto de vista técnico como discursivo. Estas 7 piezas breves se incluían en el flujo televisivo a modo de inserto publicitario, camuflado su sentido artístico, y supone una referencia para muchas

²⁴ Posteriormente han tenido lugar experiencias en el mismo sentido que las "*TV pieces*" de David Hall, como por ejemplo "*Arkipelag TV*". Durante 1988 y en el marco de la celebración de Estocolmo como Capital Europea de la Cultura 98, Hans Ulrich Öbrist, curator del Musée d'Art Moderne de la Ville París, puso en marcha *Arkipelag TV*. Para ello, invitó a trece artistas internacionales a crear un videoclip de un minuto de duración. La televisión sueca emitió esos videoclips varias veces durante 1988 sin advertir previamente de su programación. Cada mes se emitía un nuevo vídeo. Participaron artistas como Alexander Kluge, Rosemarie Trockel, Pipilotti Rist, etc...

de las experiencias que en el mismo sentido se desarrollaron en años posteriores.

Asimismo son destacables las intervenciones de Fred Forest en la ORTF (1972 y 1975), una serie de programas realizados por artistas en la televisión holandesa; *"The Austrian Tapes"*, de Douglas Davis (1974), junto a otras piezas de Valie Export, Peter Weibel y Richard Kriesche, en la televisión austríaca.²⁵

En la segunda mitad de los 70 se produce en Francia e Italia una progresiva coincidencia en el rodaje de ensayos contra-informativos y en Londres, Berlín, Munich, Hamburgo aparecen igualmente grupos de acción artístico-político-mediática.

En Francia, el Mayo del 68 constituye un catalizador equivalente a lo que supuso Woodstock en Estados Unidos y su área de influencia más directa. Son precisamente de estas fechas los primeros trabajos de Godard en vídeo.

En el panorama estatal no es fácil encontrar este tipo de intentos. Cabe destacar el intenso trabajo realizado por el colectivo "Video-Nou/Servei de Vídeo Comunitari", en Barcelona (y alrededores) entre 1977 y 1983, y más en concreto los proyectos que denominaron «vídeo de animación social/acciones de vídeo sociológico» (1977-1978), en los que resultaban determinantes aspectos de la práctica del grupo tales como: la utilización de las tecnologías de registro audiovisual con el fin de transmitir fragmentos de información de un espacio social a otro; la utilización de las posibilidades de reproducción audiovisual para crear cierto grado de «distancia» crítica en la dinamización de debates colectivos y asamblearios, etc.

²⁵ Como se describe igualmente en la publicación "En torno al vídeo", anteriormente reseñada.

Posteriormente, las experiencias televisivas se han visto desplazadas al terreno del vídeo-arte, la videocreación o la distribución de vídeo independiente, volviendo así a esa tormentosa relación del VT con TV, (del vídeo con la televisión)²⁶. Una relación sin solucionar, en la que el terreno de juego se disipa entre la teledifusión y las posibilidades de reproductibilidad técnica.

"Cadaqués canal local", un proyecto de Antoni Muntadas, consistió en la transformación de la Galería Cadaqués en emisora local de TV. La experiencia se convertía en una experiencia piloto de televisión local, puesta en marcha desde el ámbito de las artes.

Posteriormente han tenido lugar experiencias en el mismo sentido que las "TV pieces" de David Hall, como por ejemplo "Arkipelag TV". Durante 1988 y en el marco de la celebración de Estocolmo como Capital Europea de la Cultura 98, Hans Ulrich Öbrist, curator del Musée d'Art Moderne de la Ville París, puso en marcha *Arkipelag TV*. Para ello, invitó a trece artistas internacionales a crear un videoclip de un minuto de duración. La televisión sueca emitió esos videoclips varias veces durante 1988 sin advertir previamente de su programación. Cada mes se emitía un nuevo vídeo. Participaron artistas como Alexander Kluge, Rosemarie Trockel, Pipilotti Rist, etc...

***Intervenciones TV*, un proyecto de Fundación Rodríguez, propone el medio televisivo como soporte de creación audiovisual. Formando parte del festival de vídeo de Vitoria-Gasteiz, el proyecto produce obra de artistas que se emiten en la televisión**

²⁶ En este sentido es destacable el proyecto independiente de Sadaba-Villota ("TV vs TV"), en el que un conglomerado de citas audiovisuales aportadas por diferentes colaboradores dan lugar a una obra en la que el montaje/desmontaje del lenguaje televisivo queda convertido en un puré de significantes y significados, que es en sí, la propia fragmentación televisiva.

local durante la celebración del festival, llegando hasta el momento a producir cuatro ediciones, con más de 92 piezas breves de un total de 25 autoræs.

Camuflaje

El término *camouflage*, en francés original, significa "cegar o velar". A finales del siglo XIX, el artista norteamericano Abbott Thayer realizó una extensa observación sobre los animales que acabaría siendo una importante herramienta en el desarrollo del camuflaje moderno. Thayer notó que el colorido de muchos animales iba del oscuro en las espaldas al casi blanco en los vientres. Esta gradación rompe la superficie de un objeto y lo hace aparecer plano, sin cualidades tridimensionales.

No parece tan casual que el arte haya prestado tanta atención al camuflaje durante el siglo XX, dada la simbiosis de ciertas tradiciones barrocas de la ilusión y de las nuevas técnicas de "montaje" propias del cine y la fotografía. Cuando en 1915 el ejército francés creó por primera vez la llamada "división de camuflaje", muchos artistas, diseñadores y arquitectos fueron llamados a trabajar en ella: Jacques Villon, Franz Marc, Arshile Gorky, Thomas Hart Benton, Grant Wood, Laszlo Moholy-Nagy y Oskar Schlemmer entre otros²⁷. Tengamos presente que muchas de esas actividades tenían como objetivo despistar no a los soldados en el frente de batalla sino a las fotografías y películas tomadas desde los aviones y globos. Para ser exactos, aquellos experimentos "bélico-ilusionistas" servían para camuflar la realidad, pero la realidad *mediática*. El fin era falsear la "predicción" del enemigo, su

conocimiento de la realidad, mediante escenografías de realidad, que fueran verosímiles a las lentes de las cámaras.

La realidad se conforma en la medida en que podemos contextualizarla en nuestras pantallas y otorgarle un sentido global. La idea de montaje ha sido en realidad la que ha guiado ese proceso de contextualización, de la misma manera que ha generado su opuesto: la falsificación, que siempre tiene como finalidad última la protección y la seguridad de "alguien". Las técnicas de montaje proporcionaron las herramientas necesarias para que el registro fotográfico de la realidad fuera sometido a las correcciones de "seguridad interna" institucional (sólo tenemos que recordar las grandes falsificaciones históricas en la URSS). Sin embargo, también dieron pie a la elaboración de prácticas durante los años 20 y 30, como el fotomontaje, que rompieron los discursos monolíticos del poder, desmenuzando sus propias estrategias de camuflaje. Si observamos las producciones digitales de ilusión en la membrana audiovisual en nuestros días, encontraremos directas referencias a esos procesos de ensamblaje formal, a pesar de que los objetivos sean del todo distintos, dado que el ilusionismo digital de hoy está en muchos casos al servicio industrial y de homogeneización simbólica. Es justamente esa situación la que lleva a muchos creadores a introducirse en el resbaladizo territorio del engaño como forma de deconstrucción crítica de valores -como el de la realidad y credibilidad del registro visual- y de respuesta al grado de falsa seguridad que éstos llevan implícitos. Ejemplos contemporáneos de este tipo de prácticas los encontramos en fotógrafos como Joan Fontcuberta.²⁸

²⁷ Roy R. Behrens, www-mitpress.mit.edu/e-journals/Leonardo/

²⁸ Jorge Luis Marzo, *Joan Fontcuberta. Securitas*, Fundación Telefónica, Madrid, 2001

Todos estos ejercicios de infiltración o de prácticas de camuflaje, juegan el papel de una chispa en el intrincado motor electrónico del operativo televisual. Ocurren como una sorpresiva descarga que hay que decodificar, requiere un "click" mental, como si se tratase de un chiste o un acertijo, para llegar a ser eficaz. En cierto modo, viene a ser un *fake*, como el falso documental de Orson Welles.²⁹

El *fake*, puede entenderse casi como un género, si es que hablar de géneros sigue siendo vigente a estas alturas.

"El *fake* se basa pues en la interferencia o subversión momentánea de aquello que Foucault llama el "orden del discurso" y que identifica como el elemento esencial del ejercicio de poder. Este orden determina tanto los enunciados permitidos de la comunicación social como también los interlocutores permitidos. El que cambia disimuladamente al interlocutor rompe las reglas que fijan quién puede decir qué y cuándo, y quién no."³⁰

El funcionamiento del *fake* se basa en una paradoja. Por una lado debería ser lo menos reconocible posible mientras que por otro su intención es provocar o desencadenar un proceso comunicativo donde quede claro que se trataba de una información falsa. Para ello, la trampa ha de ser descubierta³¹. La fórmula sería pues:

²⁹ "F for fake / Question Mark", 1973, Orson Welles.

³⁰ "Manual de guerrilla de la comunicación", (Grupo autonomo A.F.R.I.K.A., Luther Blisset / Sonja Brünzels). Virus editorial.

Fake = falsificación + descubrimiento/desmentido/reconocimiento

El falso documental de Welles "*F for fake/Question Mark*", convierte en maestría la falsificación del género documental, tratando precisamente el tema de la falsificación de la obra de arte. Un ejercicio exquisito en el que todo está entremezclado: realidad y ficción, verdad y mentira, arte y falsificación, genio y charlatanería. La "aparición" y el autorretrato del propio Welles como gran embaucador, haciendo para ello uso de su territorio natural como es el cine, nos hace pensar sobre la identificación (infiltración y camuflaje) del artista con su obra, sobre los niveles de confusión que pueden alcanzarse entre arte y artista.

En "*Fake*", Welles es una especie de narrador, un hilo conductor que forma parte activa de la falsa trama y que teje todos los recursos de argumento, montaje, etc, para romper primero las distintas historias que utiliza y componerlas luego con una extraña unidad. Es importante apreciar el hecho de que Welles aparece en sus películas como actor.

No es el caso de Hitchcock, de quien siempre se esperaban sus sorpresivas apariciones. Tanto llegó a interesar esta circunstancia que se vio obligado a incluirlas en los primeros minutos de sus películas para no distraer la atención de los espectadores sobre la historia. Mediante estos insertos del director en la película, se trastoca el "dentro-fuera" de campo; se invade la cápsula del tiempo

(también "La verdadera historia del cine" de Peter Jackson o el documental "Below the frecuencies" de Kike Andre, Juan C.Carvajal, Alex Galarreta, Ricardo Mamblona y Alex Ortolá.)

en la que tiene lugar la ficción y el artificio se infiltra así de alguna manera en el medio narrativo.³²

Camuflaje y visibilidad

Es bien conocido que ante la proliferación de cierto tipo de prácticas de infiltración la propia seducción del medio sobre el que se trabaja o se actúa es capaz de conducir a estados de neutralización, en los que los aparentes efectos de enmascaramiento queden reducidos a embalajes tramposos.

Así, las cuestiones sobre las que deberían plantearse dudas en relación con algunas de las propuestas planteadas como "de incidencia en los medios", aparecen cuando la seducción de la simple infiltración, y la fascinación por la consecución del enmascaramiento, impiden que éstas actúen sobre contenidos disidentes, desde la divergencia intelectual y con verdadera vocación de transmisión (ideológica en lo artístico).

"La trampa del embalaje no sabe aprovechar las posibilidades que yacen en la imitación y la tergiversación de las formas dominantes, que por ejemplo pueden verse en las combinaciones paradójicas y

³² En el film "Un, dos, tres, al escondite inglés", de Ivan Zulueta, el conocido personaje televisivo "Iñigo", indaga también en esta posibilidad. La cita es de Mauro Entrialgo:

"Iñigo tiene dos papeles: uno de sí mismo y uno de un tío un poco lelo que nadie le cree cuando él mismo dice que se parece mucho a Iñigo el de la tele. Incluso se pone delante de la tele cuando sale Iñigo para que sus colegas vean que se parece, pero todos le gritan que se aparte, que no les deja ver el programa (las conclusiones sobre la fascinación que ejerce todo aquello que salga en la tele por encima de lo que nos ofrece la realidad son inmediatas)"

líricas de textos e imágenes tan típicos de los cómics de la Internacional Situacionista."³³.

En este caso se trataría de analizar, "visibilizar" los sistemas de mediación y control de la experiencia mediática desde un planteamiento estético, y dislocarlos, desviarlos hacia las intenciones de significado que han estado ausentes en las formaciones discursivas del Museo, la galería, y en las intenciones formalistas de la práctica artística.

Así, lejos de plantear el rechazo de las posibilidades de la televisión como soporte de intentos transgresores, estas intenciones de intención activista, se infiltran en ella, lejos de proponer su disolución o su desarticulación, la convierten en campo de operaciones, en elemento de trabajo. La experiencia estética queda revelada así, nuevamente, como manifestación política, re-localizada en la lectura de la historia y del conflicto social.

Pero en relación al efecto de intentar actuar con o sobre el entorno y generar distorsiones que acaben por provocar un vínculo auténtico con el mundo, surgen inevitables contradicciones a las que Javier Fuentes Feo se refiere al cuestionar las denominadas "estéticas relacionales":

"Se trata de la diferencia insalvable que, en un contexto muy distinto se ha señalado entre el alienado y aquel que toma perspectiva sobre su alienación; es decir, la distancia entre quien

³³ "Manual de guerrilla de la comunicación", (Grupo autonomo A.F.R.I.K.A., Luther Blisset / Sonja Brünzels). Virus editorial.

vive la experiencia de la cotidianidad como un modo de ser - inconsciente- en la vida y quien se aleja de sí mismo para verse desde fuera, para asumir una lejanía que no le permite ya ser meramente en la existencia. Hay por tanto, dos opciones bien diferenciadas y mutuamente excluyentes: o se "vive" o se "piensa" la propia vivencia. La generación de "experiencias reales", por tanto no es posible desde el terreno del arte; resulta contradictorio pensar "instantes reales o potenciados, de vida" en el seno de una institución que como pensamiento, distancia, perspectiva o comercio, determina y aleja siempre la propia mirada."³⁴.

De esto podría desprenderse que la única manera de trabajar de un modo consciente los aspectos que ofrece el camuflaje es precisamente "[ser camuflaje](#)", lo que nos situaría en un terreno de cierta proscripción.

En este sentido cabe hacer mención a las interferencias e infiltraciones que distintos colectivos, con reivindicaciones sociales o políticas, aplican en distintos eventos públicos, aprovechándose de la presencia mediática con resultados que formalmente adquieren gran eficacia. La acción adquiere así en muchos casos estatuto de obra artística por efecto de esta misma intención de "cortocircuito".³⁵

³⁴ "Modelos de producción artística (en un tiempo desubicado).Julio Fuentes Feo. "ARCO noticias" nº24, verano de 2002.

³⁵ De entre las muchas acciones que el colectivo "Solidarios con los presos vascos", ha llevado a cabo, quizá la más espectacular fue la protagonizada en Sevilla con motivo de la inauguración de los campeonatos del mundo de atletismo. Dos personas se disfrazaron de la mascota oficial de los juegos, "Giraldilla", portando en su pecho el mapa de Euskal Herria y una leyenda, "Repatriation bask prisoners", en la que se solicitaba el traslado de los presos políticos vascos. En total, 60 canales de televisión

Tendríamos así un panorama en el que por un lado ciertas propuestas trabajarían la posibilidad de encontrar aquellas fisuras que permitan la permeabilidad de experiencias que "disimulen" su intención artística (en las que "la llegada", "el inserto" sería un objetivo en sí mismo), mientras que por otro lado, tendría lugar el proyecto político de estrategia artística o el proyecto artístico de calado político, en el que la producción de significado a partir del objeto intervenido dotaría de sentido a la acción.

Los artistas que usan de técnicas de camuflaje deben tener bien presente la importancia de conocer a fondo el medio en el que se insertan. A partir de ahí, son muchas las fórmulas que se han propuesto. Algunas de ellas tienen que ver directamente con la intrusión en los signos que rodean nuestra vida cotidiana, nuestro espacio público, bien en el propio [medio televisivo](#) como en la calle. Se trataría de adoptar los signos y subvertir su secuencia para deshacer, siquiera un instante, los significados habituales de los mismos. En este sentido, artistas como [Rogelio López Cuenca](#) o Muntadas han intervenido espacios urbanos (en su señalética, o a través de sus medios publicitarios) para crear disfunciones que vengan a crear cortocircuitos en las percepciones del espectador, que en realidad ya no tiene estatuto de espectador puesto que debe descubrir por sí mismo la singularidad del mensaje entre el panorama audiovisual que le rodea. Desde el famoso display electrónico de Broadway, en Nueva York, que ha sido utilizado por numerosos artistas, interviniendo el espacio público desde una

de todo el mundo retransmitieron el acto a una audiencia potencial de 3.500 millones de personas. A pesar de los esfuerzos de TVE, las imágenes en las que aparecía claramente el mensaje que portaban las mascotas, dieron la vuelta al mundo. Ver <http://www.etxera.org/html/giraldi.htm#6>.

perspectiva de camuflaje en el mismo corazón de la fiesta consumista. La cuestión: ¿son entendidas estas infiltraciones como arte? ¿hasta qué punto el camuflaje es efectivo en términos artísticos? Estas son las respuestas del maldito mundo formalista, porque el arte se quiere camuflar en otra cosa sin dejar de ser arte. Pensar que los contenidos, los mensajes y las intenciones críticas deben siempre seguir siendo artísticas ha llevado a la parálisis, al ensimismamiento y a la mercantilización de este tipo de discursos.

Scorning

El fenómeno *scorning* (de *scorn*, ninguneo, maltrato, indiferencia) término apropiado por Gerbner de la escena activista punk de San Francisco, supuso una renovación en las actitudes críticas de la escena alternativa de video y televisión. El *scorning* es un fenómeno complejo. Por un lado, una facción del movimiento defendió la simple y llana indiferencia hacia la televisión como método para neutralizarla. Fundamentalmente abogaban por no tener televisor. Negar el aparato suponía negar todo el contenido transmitido por éste, y consideraban que todo debate sobre el fenómeno era estéril y llevaba a la atonía social.

En uno de los textos del movimiento *scorning* norteamericano, escrito por Douglas T. Sborada, se plasma con claridad las intenciones del grupo respecto de una práctica del silencio (negación de la realidad televisiva) enfrentada a una simple crítica del medio en sí:

El poder le tiene miedo al silencio. De entrada, siempre piensa que el silencio es consciente y voluntario, que es un silencio *emitido*. Por lo cual conviene reprimirlo dado que niega una comunicación pactada de antemano en nombre de la comunidad; pone en solfa, mofándose, el sistema establecido de diálogo. Pero el silencio, también puede ser simplemente silencio; un género de discurso que se mueve en su propia órbita y cuya onda de radio no está dentro de las frecuencias al uso, como cuando se sueña. Hay silencio porque

no oímos nada. Ese silencio es sin duda mucho más hereje que el primero. Se trata de un silencio *omitido*, porque sencillamente obvia el sistema entero de representación. No es que calle, es que no dice, porque no tiene nada que decir, porque ni siquiera sabe que hay alguien que desea que diga algo. Por lo que, su extirpación, debe ser mucho más penetrante ya que está en juego la misma existencia del sistema. Una cosa es estar en contra, otra ni tan sólo estar.³⁶

Lyotard tradujo esto en la manera en que los propios mecanismos actúan sobre el problema: "Lo que está sujeto a la amenaza no es un individuo identificable sino que es la capacidad de hablar y de callarse. Se amenaza con destruir esa capacidad. Hay dos medios de lograrlo. Hacer imposible hablar y hacer imposible callarse".³⁷ El *scorning*, ante la imposibilidad de callarse ofertada por el medio televisivo, aboga por una solución de negación total de los dispositivos que provoquen la contestación como método de captación.

Más cercano a nuestros días, corpusculos procedentes de aquellos medios, proponen lecturas algo diferentes basadas en el cuestionamiento de los índices de audiencias y de las estadísticas como parte activa del constructo televisual. En este sentido, los métodos usados por las compañías de "share" (audiencias), según estas lecturas críticas, no responden en absoluto a ninguna realidad y tienen como función primordial la creación de expectativas falsas que sostengan una política auto-referencial del propio medio. Ien Ang ha apuntado al respecto:

"The fact that television consumption has been historically constructed as taking place within the private, domestic context has paradoxically also been quite *convenient* for the television industry. Precisely because the activities of 'watching television' take place in a site unseen, behind the closed doors of private homes, the industry could luxuriate in a kind of calculated ignorance about the tactics by

³⁶ Douglas T. Sborada, *Silence as an answer*, No-Sense Editions, San Francisco, 1979

³⁷ Jean François Lyotard, *La diferencia*, (ed. orig. 1983) Gedisa, Barcelona, 1988, p. 63

which consumers at home constantly subvert predetermined and imposed conceptions of 'watching television'."³⁸

En términos políticos, se ha asociado a menudo este tipo de planteamientos a los propios precedentes de la "abstención política", en el sentido de que abstenerse va más allá de la crítica a la democracia, poniendo así en solfa el sistema entero de representación; algo que por ejemplo no ocurre con el voto en blanco, que se interpreta como una crítica al estado de cosas, pero aceptando el sistema:

Muestrear, realizar pruebas de mercado o sondeos de opinión sugiere dos cosas: el acto de elegir (y evaluar) y el hecho de jugar (y eventualmente de apostar). Ambos procesos son maravillosas máquinas de escamoteo. La persona muestreada es introducida en el terreno de un show general, de un concurso excitante objetivo y real porque participa incorporando su propia voluntad, como el espectador invitado por el mago para verificar la autenticidad y la verosimilitud del número. Rellenar determinados cuestionarios significa participar en una suerte de aventura secreta y desconocida, y sobre todo selecta. Aún más, este juego colectivo tiene mucho de identidad personal frente a la mayoría, la cual es finalmente la coartada que se da para justificar el resultado. Se me pasa por la cabeza que es fantástico que cada vez más las encuestas reflejen un mayor porcentaje de aquellos que encajan en: No sabe/no contesta. El problema es que también salen representados.³⁹

Por otro lado, los grupos más radicales de los años 70 defendían la destrucción física del televisor como electrodoméstico alienante. Gerbner sitúa claramente a este tipo de comportamientos en el modelo "activista". Muy conocidas son algunas de las acciones de sus facciones más radicales en Clapville CA, como No-TV Commandos, allanando domicilios para romper los televisores con bates

³⁸ Ien Ang, "Living-room wars. New technologies, audience measurement and the tactics of television consumption"; in Silverstone and Hirsch (eds), *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*, Routledge, London, 1992, 133-134

³⁹ Jorge L. Marzo, *Escape*, Sala Amarica, Vitoria, 1998

de baseball, provocando un enorme altercado público. A su vez, se dedicaban a sabotear antenas y equipos de transmisión en el nombre de la falta de libertad de expresión. Chris Burden, por aquellos días también estaba plenamente implicado en sus performances, como [Tv-Hijack](#), en donde secuestraba a una presentadora, exigiendo la emisión de una cinta de video suya. Por otro lado, algunas de las acciones estaban destinadas a distorsionar e interferir las [señales](#) de televisión, aunque fuera de manera puntual y persiguiendo ciertos segmentos de la programación.

Por su parte, en Alemania, Fernsehen-Dessau, cercanos a grupos más revueltos de izquierdas, sabotaban los receptores televisivos causando una gran revuelo y provocando una gran presión política sobre los grupos independientes de televisión autogestionaria.