FAKE

verdad

es

parece

no parece

no es

secreto

mentira

falsedad
FAKE

INSTITUT VALENCIÀ D’ART MODERN 20 OCTUBRE 2016 - 29 ENERO 2017
Prólogo
José Miguel G. Cortés
Director del IVAM

La verdad funcional: una nueva cultura de la imagen
Solace Messup
Directora de Clarifying The Truth Foundation

Exhumar la verdad y dejar que huela
Jorge Luis Marzo
Reflexiones sobre el origen del fake y su evolución en la época de las redes
Bani Brusadin

Desfosilizar la verdad
Joan Fontcuberta

Casos de estudio

Índice de obras

7
9
11
61
88
105
257
Prólogo
José Miguel G. Cortés
Director del IVAM

La verdad funcional: una nueva cultura de la imagen
Solace Messup
Directora de Clarifying The Truth Foundation

Exhumar la verdad y dejar que huela
Jorge Luis Marzo

Somos ovejas disfrazadas de lobos
Reflexiones sobre el origen del fake y su evolución en la época de las redes
Bani Brusadin

Desfosilizar la verdad
Joan Fontcuberta

Casos de estudio

Índice de obras
no es verdad, no es mentira

Prólogo
José Miguel G. Cortés
Director del IVAM

Vivimos dominados y atrapados por la ficción, o lo que es lo mismo, vigilados y controlados por mecanismos visuales debidamente empaquetados por la industria del entretenimiento. La sociedad del espectáculo ha acabado colonizando cada parcela de nuestras vidas, inoculando el virus del artificio incluso en territorios antaño supuestamente inmaculados como el mundo de la ciencia y de la tecnología. Al descrédito de la política y a su propulsión a la exhibición tramposa y "espectacular" en televisión, se une el malestar general ante la metástasis generalizada de la impostura. Ya nadie se considera a salvo ante el mal de la engañifa, de manera que la tarea de discernir la verdad entre el bosque de timadores y falsificadores se nos antoja un objetivo inútil, ni siquiera armándose uno con la saludable duda kantiana.

Algunas de las más antiguas y prestigiosas instituciones encargadas de impulsar la construcción de verdad, como las universidades o, sin ir más lejos, los museos, tampoco se encuentran a salvo de los embistes de lo falsario. Como instrumentos tradicionales del poder, en no pocas ocasiones han sido cómplices de las diversas conspiraciones para ocultar o disfrazar lo veraz bajo la autoridad del canon institucional.

En el ámbito de la creación artística uno de los fenómenos más genuinos que han acompañado el desarrollo de la modernidad ha sido la capacidad del arte de reinventarse como realidad, de dinamitar las certezas y de desvelar los mecanismos ocultos que generan la construcción de la verdad canónica a lo largo del tiempo. Gracias a este subversivo y desmitificador activismo, el arte ha expandido sus límites hasta espacios insólitos de reformulación de su propia naturaleza como manifestación cultural.

En este contexto, la irrupción del fake como subgénero artístico (que es el objeto de esta exposición única en nuestro país) ha sido consecuente–y consecuente– con el devenir disruptivo del arte moderno y contemporáneo. Los activistas del fake, con su estrategia de difundir masivamente lo falso con apariencia de autenticidad, vienen asaltando y dinamitando conceptualmente con sus obras las estructuras de poder y los canales de distribución por donde transita la fabricación de verdad. En esta especie de guerra de guerrillas es imposible que no salga también afectado el ciudadano de a pie, a quien el fake le confronta con el espejo de su crédula y confortable docilidad.
Vivimos dominados y atrapados por la ficción, o lo que es lo mismo, vigilados y controlados por mecanismos visuales debidamente empaquetados por la industria del entretenimiento. La sociedad del espectáculo ha acabado colonizando cada parcela de nuestras vidas, inoculando el virus del artificio incluso en territorios antaño supuestamente inmaculados como el mundo de la ciencia y de la tecnología. Al descrédito de la política y a su propulsión a la exhibición tramposa y “espectacular” en televisión, se une el malestar general ante la metástasis generalizada de la impostura. Ya nadie se considera a salvo ante el mal de la engañifa, de manera que la tarea de discernir la verdad entre el bosque de timadores y falsificadores se nos antoja un objetivo inútil, ni siquiera armándose uno con la saludable duda kantiana.

Algunas de las más antiguas y prestigiosas instituciones encargadas de impulsar la construcción de verdad, como las universidades o, sin ir más lejos, los museos, tampoco se encuentran a salvo de los embistes de lo falsario. Como instrumentos tradicionales del poder, en no pocas ocasiones han sido cómplices de las diversas conspiraciones para ocultar o disfrazar lo veraz bajo la autoridad del canon institucional.

En el ámbito de la creación artística uno de los fenómenos más genuinos que han acompañado el desarrollo de la modernidad ha sido la capacidad del arte de reinventarse como realidad, de dinamitar las certezas y de desvelar los mecanismos ocultos que generan la construcción de la verdad canónica a lo largo del tiempo. Gracias a este subversivo y desmitificador activismo, el arte ha expandido sus límites hasta espacios insólitos de reformulación de su propia naturaleza como manifestación cultural.

En este contexto, la irrupción del fake como subgénero artístico (que es el objeto de esta exposición única en nuestro país) ha sido consecuencia –y consecuente– con el devenir disruptivo del arte moderno y contemporáneo. Los activistas del fake, con su estrategia de difundir masivamente lo falso con apariencia de autenticidad, vienen asaltando y dinamitando conceptualmente con sus obras las estructuras de poder y los canales de distribución por donde transita la fabricación de verdad. En esta especie de guerra de guerrillas es imposible que no salga también afectado el ciudadano de a pie, a quien el fake le confronta con el espejo de su crédula y confortable docilidad.
La verdad funcional: una nueva cultura de la imagen

Solace Messup
Directora de Clarifying The Truth Foundation

Quiero agradecer a los artistas y organizadores de esta exposición su voluntad por promover el arte como medio para conseguir una sociedad más veraz. Y es que el arte tiene mucha fuerza para generar un cambio en la sociedad actual, ya que motiva actitudes más justas y humanas.

Los museos, como nuestra Fundación, tienen en su seno la voluntad de conseguir una ciudadanía más participativa, más solidaria con los colectivos con discapacidades para discernir con propiedad lo que es verdad y lo que no. Estos grupos sociales tienen todo el derecho a participar de la experiencia artística, ya que la emotividad, presente en todo ser humano, es la base para crear y sentir cualquier obra de arte y por lo tanto para acercarse a la verdad.

Por esta razón, es un deber para nosotros promover el acceso de todos a la creación artística. El arte representa la realidad histórica de donde surge, pero, al mismo tiempo, va más allá, pues elabora discursos que buscan mejorar la misma realidad.

Esta exposición quiere demostrar que la cultura es activa y que tiene poder para cambiar la situación de discriminación social que sufren ciertos colectivos frente a la veracidad. Mis más sinceras felicitaciones.
La verdad funcional:
una nueva cultura de la imagen

Solace Messup
Directora de Clarifying The Truth Foundation

Quiero agradecer a los artistas y organizadores de esta exposición su voluntad por promover el arte como medio para conseguir una sociedad más veraz. Y es que el arte tiene mucha fuerza para generar un cambio en la sociedad actual, ya que motiva actitudes más justas y humanas.

Los museos, como nuestra Fundación, tienen en su seno la voluntad de conseguir una ciudadanía más participativa, más solidaria con los colectivos con discapacidades para discernir con propiedad lo que es verdad y lo que no. Estos grupos sociales tienen todo el derecho a participar de la experiencia artística, ya que la emotividad, presente en todo ser humano, es la base para crear y sentir cualquier obra de arte y por lo tanto para acercarse a la verdad.

Por esta razón, es un deber para nosotros promover el acceso de todos a la creación artística. El arte representa la realidad histórica de donde surge, pero, al mismo tiempo, va más allá, pues elabora discursos que buscan mejorar la misma realidad.

Esta exposición quiere demostrar que la cultura es activa y que tiene poder para cambiar la situación de discriminación social que sufren ciertos colectivos frente a la veracidad. Mis más sinceras felicitaciones.
11

no es verdad, no es mentira

Exhumar la verdad y dejar que huela

Jorge Luis Marzo

Proposición de acuerdo

Vamos a hablar de mentiras. Pero, al menos, este enunciado es cierto. Me debería usted creer porque no es ninguna mentira. ¿Lo digo de verdad? ¿Lo puedo decir de veras? Fernando Arrabal se preguntó una vez si se podría contar la crónica de la mentira y proponerla como una historia verdadera: ¿Cómo contarla sin mentir?, concluyó. En fin, otra cosa es que no le importe a usted, que no sepa establecer de aquí en adelante si es verdad que hablamos de mentiras, que después de un buen rato leyendo este libro, ya metido en las diferentes historias que se cuentan, tan verosímiles en el hilo que traman las unas con las otras, se olvide de esta primera declaración de intenciones. Sin embargo, ¿qué ocurriría si el enunciado inicial dijera por el contrario “no vamos a contar mentiras”? ¿No abriríamos las puertas a una larga sospecha? Muy probablemente usted tendería a la suspicacia al leer cada relato, cada autor, cada punto de vista. ¿Debemos pues deducir que cuando afirmo que voy a decir la verdad, que no voy a mentir, es cuando usted se pone más alerta, más a la defensiva? De hecho, las instituciones del saber siempre le dicen que le van a decir la verdad, y usted tiende a creerlas, ¿verdad? Qué remedio, dirá, qué caos si no fuera así. ¿Debo entonces anunciarle que le mentiré para ganarme su confianza y realmente engañarle, aunque diga cosas bastante ciertas? Otra cosa será determinar por qué quiero engañarle, y sobre esto deberemos ponernos de acuerdo. De eso va en parte este libro y exposición: cómo conciliar nuestras perspectivas sobre la condición del engaño, sobre su potencial eficacia y objetivos, de manera que yo sepa que engañándolo no le perjudico, sino todo lo contrario, y que usted no se siente atrapado en un mero fraude.

1. Quiero agradecer a Joana Masó sus inestimables sugerencias bibliográficas, en especial filosóficas, y sus enfoques siempre engrescadors en otras tantas cuestiones.

Exhumar la verdad y dejar que huela
Jorge Luis Marzo

Proposición de acuerdo Vamos a hablar de mentiras. Pero, al menos, este enunciado es cierto. Me debería usted creer porque no es ninguna mentira. ¿Lo digo de verdad? ¿Lo puedo decir de veras? Fernando Arrabal se preguntó una vez si se podría contar la crónica de la mentira y proponerla como una historia verdadera: ¿Cómo contarla sin mentir?, concluyó. En fin, otra cosa es que no le importe a usted, que no sepa establecer de aquí en adelante si es verdad que hablamos de mentiras, que después de un buen rato leyendo este libro, ya metido en las diferentes historias que se cuentan, tan verosímiles en el hilo que traman las unas con las otras, se olvide de esta primera declaración de intenciones. Sin embargo, ¿qué ocurriría si el enunciado inicial dijera por el contrario “no vamos a contar mentiras”? ¿No abriríamos las puertas a una larga sospecha? Muy probablemente usted tendería a la suspicacia al leer cada relato, cada autor, cada punto de vista. ¿Debemos pues deducir que cuando afirmo que voy a decir la verdad, que no voy a mentir, es cuando usted se pone más alerta, más a la defensiva? De hecho, las instituciones del saber siempre le dicen que le van a decir la verdad, y usted tiende a creerlas, ¿verdad? Qué remedio, dirá, qué caos si no fuera así. ¿Debo entonces anunciarle que le mentiré para ganarme su confianza y realmente engañarle, aunque diga cosas bastante ciertas? Otra cosa será determinar por qué quiero engañarle, y sobre esto deberemos ponernos de acuerdo. De eso va en parte este libro y exposición: cómo conciliar nuestras perspectivas sobre la condición del engaño, sobre su potencial eficacia y objetivos, de manera que yo sepa que engañándolo no le perjudico, sino todo lo contrario, y que usted no se siente atrapado en un mero fraude.

1. Quiero agradecer a Joana Masó sus inestimables sugerencias bibliográficas, en especial filosóficas, y sus enfoques siempre engresadores en otras tantas cuestiones.

Digo que cabe dentro de lo posible que lo aquí escrito sea una falsedad, que las cosas que se cuentan no responden a la realidad. ¿Y qué? Se trata de una publicación de tirada muy limitada como probablemente lo será su difusión. Sólo importará (si es verdad o falsedad) a aquellos lectores, insertos en los diferentes nichos de la industria cultural o del activismo, que conocen las reglas que constituyen la verosimilitud de los lenguajes y que mostrarán especial interés en hacerse con estas páginas. El resto de lectores (los pocos que alcanzarán a hacerse con un ejemplar, acaso por casualidad, quizás por curiosidad) verá la cuestión como un relato más, como una historia, como un constructo interpretativo cuyas reglas –literarias, artísticas, comunicacionales– viven codificadas en marcos restrictivos y expertos que apenas están conectados con sus propias herramientas de vida. Hasta hace no mucho, estos lectores exógenos disponían de filósofos y críticos que mediaban la experiencia entre las diferentes orillas. Pero han desaparecido. No es que se hayan ido, sino que no se les oye porque nadie parece necesitarlos. Eric Hobsbawm señaló ya hace años este fenómeno en *A la zaga. Decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX* (1998): la vanguardia necesitaba traductores, Pixar no. Más recientemente, Gianni Vattimo, en *Adiós a la verdad* (2009) destacaba que la pérdida de legitimidad de los intelectuales tras perder su rol político –su conexión y ascendencia con y en los partidos políticos– y quedarse como meras figuras de opinión pública, ha provocado que la condición en la que actúan sea más bien como la de un “escritor libre, más aún, la del artista creativo, en cuya relación con la realidad social y política siempre median de algún modo los mecanismos (¿cuán libres y neutrales?) del mercado”.3 Habrá que ver hasta qué punto Vattimo no conoce experiencias artísticas y sociales que no pasan por las condiciones impuestas por el mercado –como muchas de las que se muestran en este libro–, pero, en lo que aquí nos ocupa, no cabe duda de que la aparente inutilidad de la mediación instrumental de la filosofía (amor por la sabiduría y la verdad) hace que libros como éste acaben únicamente en los anaqueles de la academia, que las obras aquí expuestas sólo sean percibidas y “apropiadamente” interpretadas en las salas de un museo. Lo dicho, poco importará que lo que se diga o muestre sea cierto o no: simplemente vivirá bajo la égida de un marco interpretativo cuya condición será estrictamente estética. ¿A quien de-

monios le importa la verdad o la mentira cuando hablamos de arte? Un escollo casi insalvable, a no ser, que cambiamos con cierta radicalidad los presupuestos que tenemos a la hora de definir lo artístico y, aún más, las formas que tenemos de ver los instrumentos artísticos cuando operan fuera de su zona de confort.

Por supuesto que no hay verdad, sólo comunicación, común-acción, pero la comunicación no existe sin la verdad. Para que haya comunicación, emisor y receptor deben acordar un acuerdo de confianza por el cual la veracidad de los mensajes se da por supuesta. Si ello no ocurre, no hay comunicación, aunque se produzca el intercambio de enunciado y respuesta. La propaganda, por ejemplo, es, en general, falsa, pero muchas personas la catalogan como comunicación. No obstante, en un entorno de confianza entre los comunicantes, la comunicación permite la creación de una serie de valores como la privacidad, un asunto directamente adscrito al territorio de la veracidad. Bien, pues aquí estamos, usted y yo solos (es broma), pero de todos modos, ¿estamos dispuestos, lector o lectora, a llegar a un acuerdo de confianza? Usted verá.

Digamos, para acabar, que cuando hablo de verdad no me refiero a ponernos de acuerdo sobre el significado de la mayoría de los signos. Lo estamos. El término “verdad” en esta investigación va más bien a la estela de la idea de “dispositivo”, de “máquina” por el cual se crean marcos de veridicción a través de los cuales establecemos espacios especialmente pensados para “comunicar” de forma objetiva: los medios informativos, las instituciones culturales, las instituciones científicas y técnicas, o los sistemas sociales de comunicación e interacción actuales que fomentan una aparente autenticidad y transparencia. Yo le hablo desde un museo, ¿y usted? Lo que le decía: ¿Estamos dispuestos, lector o lectora, a llegar a algún acuerdo?

El fake False es un término inglés, posiblemente derivado del italiano facciare (hacer)⁴, que define lo que no es verdadero o real; aquello que ha sido hecho para parecer real o genuino pero no lo es. Aunque pocos lo mencionan, debería incluirse otra acepción, plenamente vigente: aquello que es real, pero ha sido hecho para parecer ficticio. En todo caso, en castellano podemos traducirlo como “falso”. Si utilizamos el

⁴ Si así fuera, diría mucho de la percepción de los ingleses del siglo XVIII –época en la que se constituyó el término–, de la credibilidad de los negocios italianos.
vocablo inglés se debe a que, como ocurre con otros tantos términos, ha logrado establecerse internacionalmente con un significado específico en prácticas muy determinadas. Por ello, en los ámbitos que aquí nos ocupan, hablaremos de *fake* como una acción, acotada en el tiempo y desarrollada en el terreno social, cultural o político, con la que mediante técnicas de impostura o camuflaje se pretende difundir un relato o enunciado, literario o audiovisual, haciendo pasar por verdadero lo que es en realidad ficticio, ocultando a menudo la autoría real.

Acaso lo mas relevante de esta acepción de *fake* es que: primero, a diferencia del fraude, del engaño o de la mentira en sus sentidos habituales de corrupción o suplantación de un modelo previo, genuino y comprobable en su verdad y autenticidad, el *fake* normalmente no pretende rescatar ninguna verdad primaria sino exponer cómo se gesta, se gestiona y se interpreta el fenómeno de la credibilidad y de la veracidad en el cuerpo social contemporáneo. No trata tanto de la verdad como de la verosimilitud y de su condición política. La ficción *fake* sólo se puede desarrollar desde una posición de “apátrida de la verdad”. Segundo: a diferencia del fraude, del engaño o de la mentira en sus sentidos dañinos habitualmente ligados a la perdurabilidad de su ocultación secreta, el *fake* hace suya la norma de revelar siempre su condición ficticia, bien porque se hayan alcanzado los objetivos que se perseguían con la acción, bien porque su desvelamiento hace posible alcanzar los objetivos. El grupo activista The Yes Men mantiene desde hace años un *motto* que va aquí como anillo al dedo: “Never leave a lie on the table” (Nunca dejes una mentira sobre la mesa).

Naturalmente, los *fakes* pululan más allá del ámbito activista o artístico. Son parte inherente de la publicidad, el espectáculo y el relato institucional. De hecho, cómo veremos pronto, el formato ventriloquial de la comunicación contemporánea no sólo hace posible sino que fomenta enormemente un modelo comunicacional en el que la “verdadera” voz, la que llamariamos la voz “original”, queda oculta tras la máscara. Creo que no hace falta recordar que sólo oímos al muñeco, nunca hay otra voz presente en un mundo cacofónico que hace del reclamo y del señuelo su sistema de tracción y atracción. Seguramente, sin mayor esfuerzo, nos vendrán a la mente videos promocionales de un grupo de jóvenes adolescentes conservadores que cantan a favor de mantener la castidad hasta el matrimonio, y que se revelarán semanas después material de promoción de MTV (“Amo a Laura”); grabaciones en video rea-
lizadas por jóvenes activistas infiltrados de noche en el Congreso de los Diputados mientras sustraen la butaca del Presidente del Gobierno en nombre de una campaña en contra del hambre, y que después sabremos que han sido pagadas por el propio gobierno (“Levántate ZP”); videos de un conocido presentador de TV filtrados a cadenas “enemigas” en los que se observa cómo maltrata a una becaria, para después saber que todo era un montaje promocional del propio presentador y dejar en evidencia a la otra cadena, quien, por supuesto, no duda en airear la cinta (Wyoming e Intereconomía TV); aparentes grabaciones casuales en las que se ve a chimpancés practicando con AK-47s cuando algunos soldados centroafricanos les cedieron las armas, todo ello campaña viral de la última entrega de El Planeta de los Simios. No obstante, quizás el caso de las campañas de desinformación emprendidas recientemente por el gobierno ruso y sus adláteres sea el más significativo: falsas noticias que pretenden desorientar a los ciudadanos de países occidentales en relación a temas sensibles para los intereses oficiales rusos: la entrada de nuevos países en la OTAN, el BREXIT, el auge de los partidos xenófobos o la campaña presidencial estadounidense. Se trata de “relatos” y “narrativas” difundidas mediante medios aparentemente independientes y cuentas “seguras” en las redes sociales. Dos de esos medios, Sputnik y Russia Today, tienen como mottos de cabecera “Contamos lo que nadie dice” y “Cuestiona más las cosas” (no confíes en nada, nunca hay una versión real de los hechos), ahondando si cabe más en la difusión interesada de una cultura de la sospecha.

Podríamos elaborar un libro entero sólo con los fakes que nos han hecho llegar en los últimos años cadenas de televisión, gobiernos, corporaciones industriales, marcas de ropa o tunantes como el Pequeño Nicolás. Pero la diferencia fundamental entre estos casos y los que se exponen en este libro no debería olvidarse: todas estas acciones que acabamos de mencionar tenían como objetivo un producto previo, una realidad preexistente, ya sean unas zapatillas deportivas, un pellizco de audiencia, un presupuesto, una película. Un fake nunca es un fin en sí mismo, sino un instrumento. Hay, en definitiva, un interés en tirar de la ficción para alcanzar un beneficio con aquello que de “real” hay detrás.

El *fake* que aquí nos interesa se ocupa, por el contrario, en desvelar cómo opera esa ficción y qué conexiones se pretenden al conectarla con las realidades invisibilizadas. El *fake* que aquí exploramos no trata de introducir de manera fraudulenta la propia obra en el “mercado”, sino que usa del mercado para cortocircuitar su propia lógica y efectos. El *fake*, en este caso, es un instrumento para desactivar marcos discursivos, ha indicado Bani Brusadin.\(^6\) Que se consiga o no es otra cosa. Tampoco iremos de falsos ingenuos: muchos *fakers* también reciben galardones artísticos y encomiendas políticas y forjan carreras exitosas en el “mercado”. Así está la cosa. Es el signo de los tiempos. Pero como dice Manuel Delgado, realizador de uno de los más notables *fakes* en España –lo veremos en el trascurso del libro– “que no haya nada que hacer no quiere decir que no haya que hacer nada”.\(^7\)

El *fake* trata con suma dedicación, mimetizándose, su objeto de atención. La política del *fake* pasa porque no puede existir ajeno a la política: condiciona y replantea todo lo que pensamos y sabemos de una cosa en concreto y de los cánones que utilizamos habitualmente para juzgarla. Sin embargo, el *fake* no transforma el objeto, aunque simule su morfología: lo que se desplaza es el lugar de nuestra percepción, sin que lo apercibamos a primera vista, sin que abandonemos enseguida la zona de confort que adoptamos cuando hemos decidido qué fuentes son creíbles y cuáles no. Y es la zona de confort la que sale más perjudicada en un relato *fake*, pues es la que queda más expuesta a la ventisca que despeja de golpe la hojarasca. Un *fake* no revela que nos engañan, que engañamos, eso ya lo sabemos, aunque no lo queramos ver. El *fake* es político porque afecta a la descripción del sujeto que interpreta. El *fake* genera conflicto porque revela cómo nos autoengañamos. Porque, como se preguntaba Andrés Hispano: “¿Con qué vamos a comparar una falsificación cuando no conocemos el original?”\(^8\) Al fin y al cabo, Umberto Eco ya demostró que el signo está hecho para mentir.\(^9\) No obstan-

---

te, tampoco son menos ciertos algunos de los avisos que han puesto el acento en la necesaria distancia que hay que tomar respecto a la certeza de los mecanismos del fake: Rosset advirtió que “al querer limpiar lo real de los parásitos que lo velan, corremos el riesgo de, sencillamente, anular lo real y ‘tirar al niño con el agua sucia del baño’”.

**El estigma de lo falso**  Lo falso. Una mala fama inmerecida. Se preguntaba Nietzsche en *La gaya ciencia*: “Esta voluntad incondicional de verdad: ¿qué es? ¿Es la voluntad de no dejarse engañar? ¿Es la voluntad de no engañar? […] Pero ¿por qué no engañar? Pero ¿por qué no dejarse engañar?”. ¿Qué pretensiones ampulosas tiene lo verdadero para haber condicionado de forma tan brutal lo que no lo es? Todo parte de la confusión interesada entre mentira y falsedad.

La mentira vive en el ámbito de lo moral: es mentiroso quien miente, lo que dice es solo resultado de su perfidia. Sin embargo, es falso lo que se dice, no forzosamente quien lo dice. Decimos sin cesar cosas falsas convencidos de decir la verdad. La falsedad, por consiguiente, radica en el enunciado; la mentira, en el emisor. A primera vista, parecería que la mentira ha recibido una mayor atención punitiva puesto que es más fácil determinar su autoría, la insinceridad de quien la emite. La falsedad, en cambio, ¿cómo la establezco, cómo la detecto? A causa de esta indeterminación, las estructuras de poder han anhelado siempre un control exhaustivo de lo falso, tanto para identificarlo como para crearlo: en la falsedad, se esconde la herejía, secreta, anónima y nebulosa, que amenaza el usufructo de ello hace la propia autoridad, ya que supone un instrumento político de primer orden, también opaco y abstracto, que permite al poder operar sin ser visto. Todo pues ha de pasar por la “sinceridad”, la autenticidad, la inmediatez, sin filtros que barren el paso al humo.

Es relativamente sencillo rastrear los temores y querencias de la autoridad sobre lo falso. María Rosell, en su fino trabajo sobre las heteronomias literarias españolas, ha denunciado cómo los diccionarios y enciclopedias son “la prueba del delito”. En las definiciones académicas sobre lo apócrifo, sobre el autor “ausente”, imposible de identificar, se

---

habla de “dudosa autenticidad”, de “fingimiento”, de “falsedad”. Para Rosell, estas interpretaciones son “el testimonio de un estigma, muestra de las connotaciones reprobatorias con las que la élite artística contemporánea ha condenado las prácticas de lo falso […] Lo falso, por lo general, se asocia instintivamente a lo no verdadero: entendida de este modo, la noción adquiere un valor de degradación, pues va asociada a la falta de verdad”. Para la autora, hay que desvincular la lectura “indecorosa, engañadora o fraudulenta” del fenómeno de lo falso.

Este acento negativo sobre lo que no dispone de autoría objetiva, y por tanto no puede ser castigado, esconde en realidad una estrategia para pasar de puntillas sobre el papel del receptor en la construcción de lo falso: su deseo de encontrar en el engaño una estructura en la que apoyarse. En 1917, Elsie Wright y Frances Griffiths, dos primas de 16 y 10 años respectivamente, que vivían en Cottingley (Inglaterra), realizaron una serie de cinco fotografías en las que se les veía jugando con unas hadas en el bosque. Arthur Conan Doyle, el creador del archi-racionalista Sherlock Holmes, y prominente espiritualista, quedó enseguida fascinado con las imágenes y concluyó que eran verdaderas. Años más tarde, Frances confesó que le había desconcertado que pensadores tan serios se dejaran engañar tan fácilmente: “ellos querían creerse todo aquello”. En opinión de Samuel T. Coleridge, parecería que los lectores de ficción siempre suspenden su capacidad crítica a la hora de discernir lo que es verdad o no (“the suspension of desbelief”, tan admirablemente analizada por Jonathan Crary). Sin embargo, apuntó, lo contrario también es cierto, aunque casi nunca se indique: “La gente puede creer, de buen grado, en lo que saben que no es cierto. Los falsificadores (fakers) necesitan –y explotan– creyentes tan dispuestos”. De forma más radical expusieron Gilles Deleuze y Félix Guattari esta condición social de lo falso: “Ocurre que el deseo nunca es engañado. El interés puede ser engañado, desconocido o trai-

cionado, pero no el deseo. De ahí el grito de [Wilhelm] Reich: no, las masas no han sido engañadas, desearon el fascismo, y eso es lo que hay que explicar...”

**El contrato de la veridicción** Los griegos llamaron *alétheia* a la verdad, a la sinceridad de los hechos que es necesario des-ocultar, hacer aparecer. La verdad es, por consiguiente, el proceso de su exploración, de su desenmascaramiento, no reside al final del camino. Es la “disposición que permite la afirmación y la negación”. Aunque Parménides la opone al dominio de la opinión o doxa, resulta problemático pensar que la *alétheia* pudiera estar fija en algún lugar: era más bien un acontecer, fluído y esquivo (al menos, así lo interpretó Heidegger). Los romanos, por el contrario, la encontraron rápidamente, la llamaron *veritas*, la convirtieron en una mujer, le dieron un espejo y la metieron en un pozo sagrado para que nada la contaminara.

Para Roland Barthes, *doxa* es la “Opinión Pública, el Espíritu mayoritario, el Consenso pequeño-burgués, la Voz de lo Natural, la Violencia del Prejuicio”: “Se puede calificar de doxología (término de Leibniz) toda forma de hablar que se adapta a la apariencia, a la opinión o a la práctica”. Son la publicidad y la información los principales instrumentos que configuran la *doxa*. Por ello, es importante adoptar la para-*doxa*, lo contrario a la opinión común, como un sendero en el que desvelar, desenmascarar los consensos, en el que activar *alétheias*. Fina Birulés, al analizar el papel de la paradoja en las luchas feministas, ha propuesto el uso de esta figura retórica por la cual un enunciado aceptado se presenta de modo inverosímil, absurdo o contradictorio: “Es el indicio de nuestra capacidad o de nuestro deseo de desestabilizar de manera creativa lo que nos es dado”.

El término clave en estos asuntos es *veridicción*. El “contrato de veridicción”, según formuló el lingüista Algirdas Greimas en 1983, es el dispositivo que determina en qué condiciones decimos la verdad o...

---


aceptamos como verdaderos los discursos ajenos. La veridicción no nos cuenta qué es verdad o no, sino que describe las condiciones por las que establecemos cómo fijamos nuestras confianzas y difidencias (falta de fe). Dibujó un esquema:

verdad

\[
\begin{array}{c}
\text{es} \\
\text{no parece} \\
\text{parece} \\
\text{no es}
\end{array}
\]

falsedad

Greimas pensaba que es requisito indispensable adoptar un proceso de extrañamiento (como hiciera Brecht o Artaud) y formular un nuevo contrato “que cuestione el saber adquirido en las trampas del saber y la certeza”. Esa necesidad de alejamiento ya había sido descrita por Nietzsche en La gaya ciencia: “Alejarnos de las cosas hasta no verlas del todo, hasta el punto de que tengamos que poner mucho todavía de nuestra parte para seguir viéndolas, o contemplar las cosas de perfil para no ver más que su contorno, o mirarlas a través de un cristal de color o iluminadas por la claridad del sol poniente [...] todo eso debemos aprender de los artistas [...]”.

Previamente, hacia 1978, Foucault también había sembrado las semillas de esta disrupción a fin de constituir una “ontología de la actualidad” que opusiera al modo histórico de filosofar una “analítica de la verdad”: “Mi propósito –dejó escrito– es demostrar cómo las condiciones políticas y económicas de existencia no son un velo o un obstáculo para el sujeto de conocimiento, sino aquello a través de lo cual se forman los sujetos de conocimiento, en consecuencia, las relaciones de verdad. [...] Una historia de la verdad será posible para nosotros sólo si nos desembarazamos de estos grandes temas del sujeto de conocimiento, al mismo tiempo originario y absoluto, utilizando para ello el modelo nietzscheano”.19 Recordemos

cómo Nietzsche se respondía en 1873 a la pregunta “¿Qué es entonces la verdad?”: “Una hueste en movimiento de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realizadas, extrapoladas y adornadas poéticamente que, después de un prolongado uso, un pueblo considera firmes, canónicas y vinculantes; las verdades son ilusiones de las que se ha olvidado que lo son; metáforas que se han vuelto gastadas y sin fuerza sensible, monedas que han perdido su troquelado y no son ahora ya consideradas como monedas, sino como metal”.  

Para Foucault, todo pivotaba alrededor de una deconstrucción de la idea de “competencia” originalmente operada por ingenieros, magistrados y profesores: “Cada sociedad tiene su régimen de verdad, su ‘política general de la verdad: es decir, los tipos de discursos que ella acoge y hace funcionar como verdaderos; los mecanismos y las instancias que permiten distinguir los enunciados verdaderos o falsos, la manera de sancionar unos y otros; las técnicas y los procedimientos que son valorizados para la obtención de la verdad; el estatuto de aquellos encargados de decir qué es lo que funciona como verdadero”.

En 1974, Michel de Certeau había abogado por una “antropología de la credibilidad” que pusiera coto al consenso sobre la certeza y verosimilitud del lenguaje de las instituciones informativas, académicas y científicas: “Por autoridad entiendo todo lo que ejerce (o pretende ejercer) autoridad –representaciones o personas– y se refiere entonces, de una manera u otra, a lo que ‘se recibe’ como ‘creíble’”. Antes que Foucault y Certeau, también Barthes en 1966 había olisqueado esos senderos y había propuesto algunas ideas: “Nada es más esencial para una sociedad que la clasificación de sus lenguajes. Cambiar esa clasificación, desplazar la palabra, es hacer una revolución.”

Esa clasificación, esa taxonomía, había sido ya analizada en 1962 por Thomas Kuhn, al explorar la constitución de los regímenes de verdad en la ciencia. Interpretó la idea de “paradigmas” como unas creencias compartidas, consolidadas por el tiempo y la experiencia adquiridas.
en base a unos fenómenos de pertenencia (los expertos), en realidad excluyentes en su objetividad.  


opinión pública, la *doxa*. Es en esta dirección que cabe entender lo que señaló Julia Kristeva respecto a que “lo verosímil no tiene objeto fuera del discurso, la conexión objeto-lenguaje no le concierne, la problemática de lo verdadero y lo falso no le atañe”. El poder de los signos desgajados de sus cosas. Fantasmas de la verdad. Lo verosímil es la máquina que permite escrutar y representar la función capital de la lengua: la formación de sentido. La verosimilitud y los dispositivos de veridicción son, en última instancia, los objetivos de infiltración de toda práctica *fake*, pero no de una forma abstracta ni segregada, sino tomando construcciones determinadas, conectadas a nuestras experiencias cotidianas, y deshaciendo las lógicas internas de la *doxa*, cuya condición verosímil parece eximir la de atender a la realidad. La exploración de la veridicción ataña a lo que, según Slavoj Žižek, funciona según la fórmula de los “unknown knowns”: “lo que no sabemos que en realidad sabemos perfectamente”, que en el fondo es lo que constituye una sociedad. Francisco Baena ha apuntado que “una sociedad resulta finalmente de la respuesta que cada uno da a la cuestión de su relación con la verdad y de su relación con los otros. Una verdad sin sociedad no es más que un engaño. Una sociedad sin verdad no es más que una tiranía”. En el intersticio que existe entre ambos extremos se mueven de miedo la ficcionalidad.

La mayoría de los actos de ficción crítica no pretenden sustraerse a un posicionamiento concreto respecto a la condición engañosa o mentirosa de la comunicación actual. De hecho, ejercen su exploración terrorista en la medida en que revelan la realidad misma de cada ficción y relato que detectan. Es lo que Jacques Rancière celebra como aquella “demostración polémica” que pone en evidencia el no-lugar que consideramos lógico: lo imposible, lo absurdo, ha de ser articulado colectivamente, entre los afectados por la *doxa*, para que sea imaginable y revele la proporción del daño. Lo singular de las operaciones de ficcionalidad infiltrada es que, en vez de preocuparse únicamente por confirmar o negar los fenómenos particulares de

29. KRISTEVA, Julia (1972). “La productividad llamada texto”. En BARTHES; BOONS; BURGELIN; GENETTE; GRITTI; KRISTEVA; METZ; MORIN; TODOROV, op. cit., p. 65
30. Citado en BRUSADIN, op. cit., p. 243
sinceridad, se preguntan también por las condiciones generales en las que surge el espacio de veridicción que hace posible la sinceridad y la confianza. En esto, Boris Groys acierta en su diagnóstico al analizar la fenomenología de la sospecha.33

**Una filosofía de la sospecha**  De Nietzsche parte la llamada “escuela de la sospecha”. Ya Kierkegaard, Heine o Baudelaire habían abierto las ventanas al operar sobre el texto fragmentario a fin de levantar sospechas sobre el carácter del valor y del lenguaje, que alcanzará su epifanía en los textos de Karl Kraus.34 Heidegger también señaló que en la crítica marxista de la ideología, en Marx, Feuerbach y Hegel especialmente, ya se encontraban sus posos, gracias a su llamado a no conformarse con la “cotidiana presentación de lo que está presente”. En cualquier caso, para Nietzsche, la verdad es identificada desde el punto de vista de la técnica: triunfo del subjetivismo e inexistencia de ninguna objetividad independiente, “ningún mundo verdadero”: sólo existe un puro juego de fuerzas, conflicto entre interpretaciones que no pueden asociarse a ninguna norma objetiva para decidir sobre lo verdadero.

Esa escuela de la sospecha se expandió con la “hermenéutica de la distancia” de Paul Ricoeur y con el psicoanálisis freudiano que puso sobre el tapete el carácter interpretativo de toda experiencia de la verdad. A juicio de Gianni Vattimo, tampoco se puede obviar el papel que tuvo la modificación de las relaciones políticas entre Occidente y otros mundos culturales tras la descolonización (interna y externa), ya que hizo emerge “la parcialidad de lo que por muchos siglos la filosofía consideró la esencia de la *humanitas*”.35 Pero fueron, sobre todo, los filósofos y semiólogos del posestructuralismo (Barthes, Derrida, Deleuze, Lyotard, Guattari, Eco, Foucault, Serres, Baudrillard...) los que cuajaron la escuela moderna de la difidencia, de la desconfianza, al contestar en los años 1970 la reacción autoritaria de la metafísica que luchaba contra su disolución hasta hacerse intolerable (precisamente porque se ha realizado), algo que Heidegger ya había predicho, que la metafísica objetivista basada en la idea de verdad como correspondencia (culminada en

35. VATTIMO, op. cit., pp. 104-105
el positivismo) puede determinar el advenimiento de una sociedad de la organización total en la que el Estado ético pretenda poder decidir cuál es el verdadero bien de los ciudadanos, incluso contra su opinión.\textsuperscript{36} Foucault: “Se trata de determinar los modos de subjetivación y también los modos de objetivación, los modos en que algo se constituye como objeto para un conocimiento posible (cómo ha podido problematizarse como objeto a conocer, a qué procedimientos de recorte ha podido ser sometido, la parte del mismo que se considera como pertinente) […] La historia crítica del pensamiento no es ni una historia de las adquisiciones ni una historia de las ocultaciones de la verdad; es la historia de la emergencia de los juegos de verdad: es la historia de las veridicciones entendidas como formas según las cuales se articulan sobre un dominio de cosas discursos susceptibles de ser llamados verdaderos o falsos: cuáles han sido las condiciones de esta emergencia; el precio que, de algún modo, se ha pagado; sus efectos sobre lo real, y el modo en que, vinculando un cierto tipo de objeto con ciertas modalidades de sujeto, ha constituido para un tiempo, un área y unos individuos dados el \textit{apriori} histórico de una experiencia posible”.\textsuperscript{37} En palabras de Gabriel Josipovici, la fuerza del posestructuralismo de raíz nietzscheana es que propone que “la confianza sólo aparecerá gracias a la sospecha desenmascaradora, no por cerrar nuestros ojos ante ella”.\textsuperscript{38}

Sin embargo, Boris Groys, en \textit{Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios} (2000), aún reconociendo que los posestructuralistas habían formulado la pregunta acertada (“hasta qué punto se puede administrar la propia duda”), formulaba una severa acusación a estos. Groys comienza describiendo cómo de la disolución del sujeto en el postestructuralismo francés nace la afirmación de que el sujeto se pierde en el juego de signos mediático, de que los signos fluyen continua e infinitamente, y de que este flujo de signos no puede ser capturado ni controlado: “De ahí se deriva que al sujeto le sea retirada, en virtud de la supremacía de los medios, la capacidad de controlar y estabilizar las fronteras entre sentido y sinsentido, espíritu y materia, verdad y mentira, cultura y naturaleza, convención y espontaneidad, etcétera. De ese modo esas fron-

\textsuperscript{36} Ver \textsc{Vattimo}, \textit{op. cit.}, p. 13
teras se diluyen, y en consecuencia surge una masa de signos que fluye en el espacio y en el tiempo, infinita, desestructurada, en movimiento continuo [...]. Pero añade significativamente: “Precisamente en ello radica el feliz, revolucionario y optimista anuncio del pensamiento postestructuralista: [...] Quien fluye constantemente junto con los signos, es libre: escapa de todo posible control, vigilancia, disciplina [...] Lo que fue interpretado como un discurso anti-autoritario ha terminado por revelarse como una estrategia de mercado y gestión”.39 Groys se refiere a una estrategia más propia de un mercado de ideas sobre la verdad que se dispone en clave meramente utilitarista que de una plataforma en las que conciliar o destruir el carácter colectivo de lo que tenemos aparentemente ante los ojos. Groys concuerda con los franceses en que dado que la sospecha mediática no puede ser ni confirmada ni desmentida de una forma científica, objetiva y descriptiva, esa sospecha configura su propia realidad, y, de acuerdo con ella, sus propios criterios de verdad, pero les achaca que el pensamiento posestructuralista era “un tipo de subversión que afectaba más bien al Estado y a sus instituciones ancladas en la tradición” que a los nuevos entes constituidos en el vacío liberalizado de la verdad posmoderna. La imputación es hasta cierto punto grave, porque pone en tela de juicio los efectos del andamiaje de la escuela pragmatista de la verdad, en la que ciertamente Foucault y familia no se sentían del todo cómodos, pero que, a la postre, no dejaban de ser los vecinos más cercanos. O al menos, así se vio siempre desde la casa de enfrente.

**Una filosofía de la utilidad** ¿Qué es el pragmatismo en los análisis sobre el lenguaje y la verdad? Se trata de una escuela filosófica nacida en Estados Unidos a finales del siglo XIX cuyo concepto de partida es que solo es verdadero aquello que funciona, aquello que es práctico. Para John Dewey, uno de los fundadores de la escuela, lo verdadero es sólo lo ventajoso en nuestro modo de pensar, de igual forma que lo justo es sólo ventajoso en el modo de conducirnos. Bertrand Russell expuso así el punto de vista de otro de sus promotores, William James: “Sí, en los casos en que falta la evidencia, nos abstenemos totalmente de cualquier creencia, estamos seguros de no incurrir en el error; pero, por

---

otra parte, también lo estamos de no conocer la verdad. Sin embargo, si decidimos en favor de una de las alternativas, tenemos una posibilidad de conocer la verdad. Se sigue de ello que quienes nos incitan a abstenernos de creer en caso de falta de evidencia consideran más importante evitar el error que conocer la verdad”. James señala que este “horror a ser engañado” es una despreciable forma de cobardía”. Para James, las ideas verdaderas son las que podemos asimilar, hacer válidas, corroborar y verificar; ideas falsas son las que no. La verdad de James es un proceso, un suceso, a saber: el proceso de verificar su verificación. Su validez es el proceso de su validación.

Richard Rorty será otro de los filósofos que actualizarán el pensamiento pragmatista, creando lo que vendrá a llamarse la “línea deflacionista”. Según Rorty, aceptamos enunciados o teorías como verdaderos porque los aceptamos, no porque sean “verdaderos” y “objetivos”. Simplemente, porque nos parecen, en distintos grados, útiles, interesantes, ventajosos, por las razones que fuera, que no son buenas razones en algún sentido absoluto.

¿Dónde radica la concomitancia del pragmatismo con el pensamiento postestructuralista? Dejemos de nuevo hablar a James: “El mundo pragmático de ver las cosas debe su esencia al hundimiento que se ha producido en los viejos conceptos de verdad científica en los últimos cincuenta años [...] Hay tantas geometrías, tantas lógicas, tantas hipótesis físicas y químicas, tantas clasificaciones, cada una de ellas buena para muchas cosas pero no para todas, que hemos comprendido que incluso la fórmula más cierta puede ser un artificio humano y no una transcripción literal [...] En nuestro ambiente actual flota la sospecha de que la superioridad de una de nuestras fórmulas sobre otras debe consistir no tanto en su ‘objetividad’ literal cuanto en sus cualidades subjetivas, es decir, su utilidad, su ‘elegancia’ o su congruencia con nuestras creencias restantes.

Unos argumentos que no parecen muy diferentes de los empleados, por ejemplo, por Michel Serres en cuanto a cómo acomodamos nuestras creencias a los dispositivos que nos hemos dado para verificarlas, sean

43. JAMES, op. cit., pp. 88-89
éstos los mejores o no para realizar la tarea. ¿Debemos pensar pues que el pragmatismo utilitarista de la moderna configuración de lo que se llama “verdad” debe su éxito, también, a las exploraciones realizadas por la izquierda sesentayochista sobre la forma en que los dispositivos de certeza sólo pueden interpretarse –y acaso validar– en el propio hacer-se, en el proceso incesante y perpetuo del desvelamiento? ¿Tiene entonces Groys razón al denunciar a los posestructuralistas de haber engrasado inconscientemente la máquina de la verdad liberal, la del aparato que hace posible una relación con la realidad bajo los efectos del deseo, del beneficio, de lo aprovechable, de la inmediatez obsoletced y anti-autoritaria? ¿No parece evidente –como ha sugerido Pascal Engel– que, por intermedio del deflacionismo y el pragmatismo, se abrió el camino a todos los excesos a que nos ha habituado la posmodernidad liberal? ¿Y cómo interpretar esta situación cuando no hay verdad alguna a la que agarrarse, más allá del real conflicto de interpretaciones descrito por Nietzsche? ¿Cuando la verdad se ha hecho líquida en el sentido de moneda de cambio?

Afasta Paolo Fabbri que “la verdad se ha hecho eficaz, ya no responde a otros parámetros que los de la utilidad […] Lo que importa es que los signos utilizados sean, no verdaderos o falsos, sino eficaces. Lo que vale es la credibilidad del simulacro ofrecido al otro, los movimientos interactivos y los regímenes de creencia y de sospecha que desencadenan”.

Fabbri lo comenta en el trascorso de una entrevista sobre las estrategias de camuflaje en el sistema comunicacional contemporáneo. Vivimos pues en un mundo en que, ante la duda, escogemos lo apto. ¿Para qué camuflarse, pues? Quizás porque el camuflaje –el fake– sería un “encantamiento a que se somete a las cosas para que tengan un significado distinto del habitual” (Fabbri), no un mero sentido productivista. Si, como expresa Vattimo, todos los medios mienten, todo deviene juego de interpretaciones no desinteresadas y no por necesidad falsas, sino como tal orientadas según diferentes proyectos, expectativas y elecciones de valor, acaso lo más urgente sea crear guerrillas capaces de despojar aquí y ahora a las cosas del valor de su aplicabilidad, de su productividad, de su naturalidad utilitarista, de su necesidad. Allí donde

44. En MIGLIORE, Tiziana (2008). “Entrevista a Paolo Fabbri, Estrategias del camuflaje”. Revista de Occidente, nº 330, pp. 91, 92 y 100

45. VATTIMO, op. cit., p. 9
la política de la producción busca la verdad, no puede haber democracia ni libertad. Por eso, Vattimo propone, aprovechando en parte tesis pragmatistas, sustraer el foco sobre el influjo de la verdad utilitaria sobre las cosas y ponerlo sobre los grupos y comunidades. Si hay que reconocer que algo está bien “para nosotros”, en la medida en que nos podemos defender de lo que el Estado cree útil en nuestro nombre, quizás podamos redefinir lo que es útil en términos colectivos, creando así un “consenso en torno a aquellos criterios implícitos de los que depende toda verificación de proposiciones singulares”.46 Creo que esto define bastante bien la actitud sociopolítica que subyace en muchos *fakes*.

En la misma dirección se manifestó Michel de Certeau en los años 1970: “Los dogmas, los saberes, los programas y las filosofías pierden su credibilidad, sombras sin cuerpo que ni las manos ni los espíritus pueden asir y cuya evanescencia irrita o deprime el gesto de los que todavía las buscan [...] [la credibilidad] se apoya sobre una *necesidad* cuando debería hacerlo sobre una *realidad* correspondiente a esa necesidad [...] Comportarse *como si* existiese y porque es una fuente de beneficios nacionales o particulares, es sustituir subrepticiamente la veracidad por lo utilitario, es suponer una convicción por la sola razón de que existe una necesidad, decidir una legitimidad porque se preserva un poder, imponer la confianza o el fingimiento a causa de su rentabilidad”.47

Franco Berardi (Bifo) explica, desde la actualidad, qué es lo que supone el activismo o *artivismo* mediático como forma de resistencia ante el espacio de veridicción impuesto hoy: no es poder anunciar verdad alguna sino poder construir escenarios mitológicos comunes capaces de mantener activas, en el trascurso de la mutación generada por las nuevas productividades y utilidades biosociales, “las capacidades cognitivas, creativas, éticas y estéticas cuya supervivencia está amenazada por las formas de dicha mutación”.48

**Instituciones de verdad** Como si de una sugerencia a Orson Welles se tratara, antes de que éste llevara a la radio *La guerra de los mundos* en

46. VATTIMO, *op. cit.*, p. 30
47. DE CERTEAU, *op. cit.*, p. 24
1938, H. G. Wells, en el prefacio a una antología de sus relatos en 1934, escribió: “Para que el escritor de historias fantásticas pueda ayudar al lector a entrar en el juego adecuadamente, debe ayudarlo de todas las maneras discretas posibles a *domesticar* la hipótesis imposible. Debe inducirlo con astucia a que conceda desprevenidamente una premisa plausible y llevar adelante la historia mientras dure la ilusión [...] Hasta ahora, salvo en las fantasías de exploración, el elemento fantástico era introducido por la magia. Incluso Frankenstein echaba mano a la magia para animar a su monstruo artificial [...] Pero ya desde finales del siglo pasado se había vuelto difícil extraer de la magia siquiera una creencia momentánea. Se me ocurrió que el uso ingenioso de la labia científica podría sustituir eficazmente a la habitual entrevista con el diablo o un mago. Esto no fue ningún gran descubrimiento. Simplemente puse al día el material fetichista, y lo acerqué todo lo posible a la teoría real”.49

Wells apuntaba con estas palabras una de las condiciones radicalmente nuevas de la ficcionalidad interactiva: la sustitución de la suspensión de la magia por la ventriloquía. El mago enuncia desde la ocultación del secreto; el ventrílocuo desde la transparencia del mismo. A diferencia del ilusionismo, el discurso científico ofrece la “certeza” de que el secreto del técnico es real. Simplemente no hace falta presentarlo, porque la sinceridad de la bata blanca se da por descontada, está impresa en su figura y en su relato. No queremos ver el secreto, porque a diferencia del que oculta el mago, que cuando lo revela parece una tontería sencilla y nimia, el que detenta el científico es necesariamente “incomprensible”. La fe se trastoca: se funden subjetividad creyente y objetividad increíble, pero a diferencia de un dios invisible, ahora sabemos que el científico sí lo ha visto, convirtiéndose en el nuevo demiurgo de la certeza. Se trata de las nuevas “figuras de autoridad” a las que Fontcuberta se refiere en su texto adjunto, y que suponen una variable permanente en las complejas ecuaciones propuestas por los *fakers*.

La racionalización utilitarista de la vida política ha impregnado la forma de conferir sentido a la historia, al historiador, al académico, al científico, al profesor, al periodista, al museo. Es lo que Foucault describió como el proceso de creación de los regímenes de autoridad a través de ciertas “instituciones disciplinarias” que modelan la percepción de los sujetos tanto de sí mismos como de los modos interpretativos de lo dado,

49. Citado en BALL, *op. cit.*, p. 221
lo heredado y lo futurible. El poder consiste en la posibilidad de definir lo que es real, ha señalado el cineasta Robert Kramer. Estafar, recordaba por su parte Régis Debray, significa decidir por los demás, esconder la diversidad de opciones de que se dispone. Gobernar significa hacer creer. Una definición que pasa ineludiblemente por el “permiso de creer”, del que habló Certeau, ya que toda autoridad se asienta sobre una adhesión generada por la “autorización”, por la accesibilidad maquiaveliana: gracias por dejarme entrar, por hacere petcipie del arcano.

Ciertamente, Wells no fue el primero ni el único en comprender cómo el relato científista se apodera de la capacidad de creer y de hacer veraz lo increíble. Acaso sí fue pionero en describirlo. Como señala María Rosell, “desde que los antiguos agotaron la paciencia de las Musas, los modernos han tenido que ingeniárselas para probar la veracidad de los hechos expuestos”. Desde los testimonios orales de diferente índole –la autopsia, la adtestatio rei visae (la verdad de lo visto)–, a falta de documentos y reliquias significativas, se fue imponiendo la “demostración científica” para amueblar los diversos relatos. Nacen múltiples formas de atestiguar: el recurso al autor que narra en forma de diario lo visto desde la bruma de la vejez; al manuscrito hallado, que ya utilizaban el mitologista e historiador Acusilao de Argos (siglo V a.C.) al difundir el tópico de un “arca perdida” –siempre en un sitio inaccesible– que contenía un valioso manuscrito que después él copió... y volvió a perder, o Ctesias de Cnido (siglo VI a.C.), quien, contradiciendo las teorías difundidas sobre la historia persa, apoyó su propio relato afirmando poseer documentos de un inexistente archivo de Susa.

Acaso uno de los ejemplos más claros desde una perspectiva moderna es el de James Macpherson y su Ossian. En 1760, Macpherson publica Fragments of Ancient Poetry collected in the Highlands of Scotland (Fragmentos de antigua poesía recogida en las Tierras Altas de Escocia) que dijo haber traducido del gaélico. Tras obtener más manuscritos, en 1761 afirma haber encontrado un poema épico sobre el rey Fingal escrito por el vate celta Ossian. Tras presentar varias traducciones, publica la colección completa de los manuscritos, The Works of Ossian (Las obras de Ossian),

51. DE CERTEAU, op. cit., p. 74
52. ROSELL, op. cit., p. 70
en 1765. Aunque no faltó (ni falta todavía) la polémica literaria y política respecto a su autenticidad, la influencia de Ossian fue enorme entre los románticos europeos, entre ellos, Walter Scott, Goethe, Herder, Byron o Espronceda. Algún día habrá que reescribir la historia de la cultura a partir del fraude.

“El hombre es un animal histórico con un profundo sentido de su pasado, y si no puede incorporar su pasado mediante una historia explícita y verdadera, lo incorporará mediante una historia implícita y falsa”, subrayó hace años el historiador Geoffrey Barraclough.\(^{53}\) La impostura no es mero engaño sino andamiaje que construye el presente tal y como lo deseamos, tal y como se “acomoda”. La fuga de esa comodidad puede ser y es motivo esencial de la ficción. Es un craso error pensar que los impostores son la singularidad del fraude. En su magnífico estudio sobre la historia de la impostura en España, Antonio Calvo Maturana ha señalado que “la némesis del impostor es el Estado, que asignando identidades, legisla e implementa sus recursos (documentos de identidad, huellas dactilares, pruebas de ADN...) para hacerlas inamovibles y conseguir una población ‘legible’ a la que cobrar impuestos, reclutar para el ejército o localizar en caso de delito”.\(^{54}\) La impostura se revela espejo invertido, dúctil y paródico de las técnicas de propaganda, guerra psicológica y legislación emprendidas por el Estado para falsear los matices de la realidad y poder así crear jurisprudencia, registrar y archivar. Lo falso institucional genera por naturaleza una totalidad de datos y registros que deben componerse ad hoc. Ahí está la historia de Randolph Melrose contada por Hubert Monteilhet, en Les Queues de Kallinaos:\(^{55}\) su hija Parthénope nace con un rabo: para ocultar su desgracia, el padre inventa un mundo a su alrededor (viven en una isla) en el que todo el mundo tiene rabo: hace que las personas lleven rabo, edita periódicos en el que las personas lucen rabo, las muñecas llevan rabo, etc. Se trata de un relato basado en la historia contada por Suetonio: un hijo regresa de la guerra tuerto y el padre, como acto de solidaridad y compasión, se vuelve tuerto él mismo con su propia mano, lo mismo que hace con todos los esclavos de la casa.\(^{56}\)

56. ROSSET, op. cit., pp. 21-25
La veracidad hace tiempo que dejó de producirse en el enunciado, sino que emerge en el archivo, en el registro que deja la actividad. La subjetividad ya no es el terreno en el que se debate lo verosímil, sino en la objetividad aplastante del registro. Ya en su día, Jean Baudrillard insistió mucho en este punto. Si está registrado, existe. En uno de los capítulos de la distópica serie de televisión *Black Mirror* creada por Charlie Brooker, titulado “The entire history of you” (2011), se presenta una sociedad en donde la mayoría de la gente se ha implantado un dispositivo en la cabeza que puede grabar todo lo que hace, ve y oye. El registro anula la posibilidad de mentir, pero, al mismo tiempo, desvela el engaño en el que hemos podido vivir. Vale la pena recordar aquí la historia narrada por el periodista Timothy Garton Ash sobre sus años en el Berlín comunista. Habiendo vivido en el Berlín oriental como estudiante a finales de los años 1970, quiso en 1992, ante la noticia de la apertura al público de los archivos de la STASI (la policía secreta de la entonces RDA), averiguar si, por casualidad, había algún expediente sobre él entre aquellos millones de papeles. Lo que encontraría sería que no solamente había sido extensamente vigilado y sus movimientos y conversaciones registradas al detalle, sino que la mayoría de contactos, amistades e incluso amores que entablara durante aquellos años habían sido en realidad confidenciales de la policía. Su experiencia personal fue registrada y recontextualizada en el ámbito de una estrategia –en este caso policial e ideológica–, de manera que la creación misma del archivo provocó que parte de su pasado acabase siendo completamente falso.57 No es casualidad, por tanto, que una parte importante de las técnicas utilizadas por los realizadores de documentales falsos o de exposiciones veladamente tramposas en los museos se propongan el uso del archivo como forma tanto de validación veraz como de desvelamiento crítico de la condición y rol del archivo.

El archivo es la forma contemporánea del relato cuya razón de ser no es establecer lo cierto de su contenido, sino lo plausible de su historia. El archivo es la naturaleza misma de la comunicación institucional. En *Crítica de la economía política del signo* (1972), Baudrillard expresó que lo que caracteriza a los medios de comunicación es que son antimediadores, 

intransitivos, que fabrican la no-comunicación, precisamente por cons- 
tituirse meramente como portadores de signos sin relación con los re- 
ferentes.58 La verdad del archivo queda en manos de quien mejor pueda 
sacar partido a una historia, de quien con más solvencia espectacular 
pueda urdir una trama atractiva y sorprendente. Es ahí mismo, para lo 
bueno y para lo malo, en donde opera tanto la institución como el faker, 
porque, en el elenco y en la lista, ficción y no ficción utilizan un mismo 
enguaje. Numerosos autores como Hayden White, Carlo Ginzburg, Eric 
Hobsbawm o Juan Oleza han demostrado que la escritura pretendida-
mente objetiva, verídica o neutral –concretamente, el relato histórico y 
el autobiográfico–, sigue los mismos patrones de confección que los de 
da la fábula narrativa: “El lector no juzga tanto si una obra cuenta la verdad, 
como si es verosímil y posible, aunque contradiga la realidad histórica 
o científica [...] Lo imposible verosímil es preferible a lo posible no creí-
bale”, ha señalado Rosell, al referirse a la metaficción y la autoficción.59

La verdad institucional sabe del “principio de caridad” desarrollado 
por el filósofo estadounidense Donald Davidson, que establece que 
cuando interpretamos a otros hablantes solemos atribuirles una con-
ducta comunicativamente racional, es decir, presuponemos que son ha-
blantes competentes y que en general expresan la verdad. La institucio-
nalidad de un mensaje no reposa sobre su condición administrativa o 
pública, sino sobre el ropaje que viste para ser considerada “competen-
te”.60 También lo decía Foucault o Pascal Engel. La verdadera culpable 
no es la verdad impuesta mediante la sugerencia de la competencia del 
emisor: es la imposición en sí misma ejercida por la autoridad. Pero el 
mejor medio de resistir al poder, a la autoridad, cuando son ilegítimos, 
es la verdad. Es el rechazo de lo que Peirce llama el “método de autori-
dad”, el hecho de dejar que la verdad se someta a la autoridad.61 El 
trabajo crítico del fake no es tanto cuestionar la verdad implícita en los 
mensajes institucionalizados, como revelar el grado de autoridad que 
asumen al ser difundidos y recibidos.

Esta condición de competencia se revela especialmente bien en el 
ámbito del documental, ya que el reportaje histórico-periodístico ha

58. BAUDRILLARD, Jean (2010). Crítica de la economía política del signo, Madrid: Siglo XXI.
59. ROSELL, op. cit., pp. 15-16
60. Citado en WILLIAMS, op. cit., p. 60. Sobre Davidson y su concepto de “caridad” en la 
61. ENGEL, op. cit., pp. 122-123
venido tradicionalmente arropado con unas vestimentas de objetividad (técnicas narrativas, visuales y procesuales) que lo han proyectado como “atalaya a la realidad”. De ahí, que el documental falso (algunos de cuyos mejores ejemplos se pueden encontrar en nuestro proyecto) se haya ergido como una de las formas más conspicuas a la hora de desenmascarar estos formatos de veracidad, sobre todo porque entiende perfectamente que la investigación periodística se fundamenta en la pragmática, en la retórica que proporciona verosimilitud y que conduce a la utilidad. Recordemos que un falso documental es un texto ficticio que utiliza las técnicas del documental, sus códigos y convenciones para aparentar ser este y que durante su transcurso o al final de su visualización demuestra su verdadera naturaleza al espectador. El falso documental contrasta así con la sobriedad, verdad y naturalidad que pretende transmitir el documental, desafía su posición tradicional como instrumento que refleja la realidad y al hacerlo socava y ensalza simultáneamente el poder de la imagen, sugiriendo la imposibilidad de las representaciones para garantizar la verdad de lo que reflejan. Fernan
do de Felipe ha señalado que el falso documental ejerce una “paradójica forma de exorcismo”, al traccionar la referencialidad propia del género, simular su historicidad y vampirizar las estrategias retóricas, devolviendo así a la imagen su condición de enganche con lo real.

Ventiloquias ¿Por qué nos incomoda escuchar nuestra voz grabada? En 1942, técnicos militares alemanes desarrollaron un experimento para aclarar este punto, y determinaron que todo radica en el hecho de que oímos antes nuestra voz en la cavidad craneal que a través de los oídos: es una diferencia de milésimas de segundo, pero que acaba afectando a la percepción de lo que es “nuestra” voz. No obstante, quedaron muchas preguntas por responder. En 1988, un grupo de neurólogos y


63. DE FELIPE, Fernando (2001). “El ojo resabiado (de documentales falsos y otros escepticismos escópicos)”. En SÁNCHEZ NAVARRO; HISPANO, _op. cit._, p. 39
psicólogos estadounidenses del Instituto Tecnológico de California se acercaron de nuevo a la cuestión. Tras numerosas pruebas y estudios, concluyeron que, dado que el principal elemento del aparato fonador, los pliegues vocales (erróneamente llamados “cuerdas”) son algunos de los músculos con más terminaciones nerviosas del cuerpo humano, algo tendría que ver con la construcción de la identidad, de la personalidad. Si la evolución de la especie humana se había tomado tantas molestias con esos músculos para hacerlos tan delicados, probablemente nuestro desagrado al escuchar la reproducción de nuestra voz se deba a que nos percatamos de que no somos capaces de controlar la expresión de todos nuestros yoes. Recordemos que persona significaba máscara en la Grecia clásica. Según los analistas californianos, el problema radica en que nuestra personalidad no es una sino plural, y que la voz, con toda su tecnología muscular, hace posible la expresión de esa complejidad en relación a los diversos entornos, situaciones y códigos que debemos enfrentar a lo largo de nuestra vida. Pusieron el ejemplo de la risa o del grito: expresiones que denotan falta de control sobre nuestra proyección, bien porque estamos del todo relajados, bien porque no encontramos registros apropiados a situaciones inesperadas como el miedo o la euforia. En resumen: el ser humano depende de las variaciones en la entonación de la voz para poder gestionar la diversidad conflictiva de la vida social. Si nos molesta escucharla es porque detectamos que hemos expresado algo que no queríamos.  

La ventriloquía, la construcción de la mascarada, la necesidad de disponer de diversas voces que a veces digan una cosa de una manera y otras veces de otra, es parte consustancial de la expresión humana. No hay, pues, una voz que nos represente, que diga real y “verdaderamente” quien somos. 

A finales del siglo XIX se difundió en Inglaterra la moda de la “higiene oral” entre poetas, políticos y académicos, que llevó a un auge de la ventriloquía no sólo como espectáculo sino modelo oral durante más de medio siglo. Se trataba de cultivar la emanación de la identidad: el poder mágico de la voz viril. Consistía en un movimiento de elocuencia y retórica capaz de garantizar la sinceridad y la expresividad, mediante la proyección de la intimidad y la autenticidad de la encarnación, promoviendo así lo que Jay Fliegelman ha llamado el ideal del “espectáculo de la sinceridad”: la voz empezaba a ser imaginada en el siglo XIX como

un poder mucho más generalizado para operar en la distancia, en el que el poderío y el alcance (la presencia, la impresión) eran mucho más importantes que la sinceridad y la distinción más importante que la intimidad. Entre los portadores de aquel potencial, se situó a los poetas: el poder del poeta que recita con elocuencia se interpretó como si se tratara de un “divino ventrílocuo que proyecta su propia voz como la voz de la verdad definitiva”, como la de un oráculo. El arte debía ser aquella voz capaz de sustraerse a las subjetividades y ofrecer el triunfo de la verdad.

A diferencia del ilusionismo, la ventriloquía no juega con la magia. Es de otra pasta. Este es un aspecto que ha pasado desapercibido –con alguna excepción– en los estudios sobre los espectáculos de la ilusión y la prestidigitación, que tanta influencia han tenido en los Media and Cultural Studies, en la fotografía, el cine, la televisión o internet. El ventrílocuo no esconde el truco, es transparente y visible. No hay secretos ni misterios, como ocurre en un número de escapismo o cuando se saca el conejo de una chistera. Todo el mundo sabe que el artista utiliza una técnica específica para entonar de forma distinta y disimular el movimiento de los labios. Nadie se pregunta cómo lo hace, sino lo bien o lo mal que lo hace. El resto, el movimiento del muñeco articulado, el diálogo entre ambos, etc. son meras técnicas teatrales al alcance de cualquiera con algo de talento escénico y falta de pudor. Por ello mismo, al tratarse de una técnica transparente, y al contrario que pasa con el mago, el ventrílocuo prácticamente desaparece, dejando el protagonismo al muñeco. Nosotros únicamente lanzamos de vez en cuando miradas de complicidad hacia el artista, justamente porque éste se dirige al muñeco exactamente con la misma distancia, naturalidad, admiración o desdén con las que se dirigiría a cualquier otra persona. Es la transparencia expresiva absoluta. Esa transparencia y naturalidad es la que convierte hoy a la ventriloquía en el modelo comunicacional por excelencia. Ya no se trata de adivinar el truco ni dejarse transportar por la ilusión; ya no deberíamos ocuparnos de cómo se conculca o anula la conciencia crítica gracias a los trucos de prestidigitación: debemos analizar hasta


qué punto la transparencia ha sustituido a la ocultación como motor y tractor de atención, y cómo el diálogo que se produce en una realidad ficticia deviene el formato estándar para comunicar.67

La fuerza de la ventriloquía radica en su asombrosa adaptabilidad a la expresión del poder moderno, siempre ubicuo en cada uno de los autorizados. Foucault decía que al poder le es más oneroso censurar que dejar hablar. Es por ello que el poder adora la ventriloquía, la natural relación aparentemente siempre visible y tolerante del dialogador con el dialogado. Es por ello, que el poder ha aprendido a expresarse a través de un muñeco, que “siempre dice la verdad” (como los animales, los niños, los viejos o los locos, casi siempre las figuras que adoptan los muñecos). El muñeco dice lo que todo el mundo sabe pero nadie se atreve a decir. El muñeco es el modelo herético que es necesario tener a mano para anular toda posible zona aún no cubierta por la jurisprudencia. El dummy es la forma actual de la verdad, y al mismo tiempo la forma en que puede revelarse su inautenticidad, que no su impropiedad.68 En esa doble mascarada, el fake despliega igualmente tanto su bruma como su luz: es ahí donde se infiltra y es infiltrado, (se) deconstruye, desmonta y (se) remonta.

El muñeco es un autómata: vive y actúa con órdenes impresas sobre él, por lo que siempre dice la verdad. Reconocemos que lo hace porque sabemos lo que se le ha pedido que diga: lo oímos en directo. El muñeco no tiene alternativa, no puede mentir. Todo lo que hace es real, verdadero y veraz. Mientras sospechamos de la absoluta subjetividad, en el muñeco encontramos la plena objetividad. Sólo de él nos fiamos, de la máquina, del dato, del registro, de lo que ha sido producido, porque en su producción está la prueba del algodón. En un mundo de objetividades (religión, ciencia, razón), la alternativa moderna fue la subjetividad. En un mundo de subjetividades, la alternativa posmoderna es la objetividad. Y ¿dónde está situada esa objetividad más que en la máquina automática del registro, del signo que siempre más allá de la verdad o la mentira,


pues responde meramente a una impresión impuesta interesadamente por alguien, pero no por ello menos cierta? Escribió Michel de Certeau: “Ya no hay una verdad que dirima el juego del engaño. La posibilidad de engañarse se ha desvanecido ¿Quién engañara a quién?” 69

Soy un muñeco que ha perdido su ventrílocuo. No lo busco, porque no sé quién es. Soy huérfano de la voz que alguien “supone” que debo hablar.

Camuflajes  Camouflage: cegar, velar. Flash. Uno no se disfraza solo para esconderse, se disfraza en igual medida para hacerse ver, para aparecer bajo una cobertura espectacular y atractiva, desconcertante y engañosa (Roger Caillois).70 Decipio, engañar. Nos lo cuenta el militar Francisco A. Marín: “Información diseñada para manipular el comportamiento de otros induciéndoles a aceptar una presentación falsa o distorsionada de su entorno físico, social o político”.71

Algunos de los trabajos de Valie Export o Chris Burden son buen ejemplo de la sobreexposición como modo de ocultamiento. La primera llevó a cabo junto a Peter Weibel una acción urbana en la Viena de 1968 (Aus der Mappe der Hundigkeit) en la que Export paseaba por la ciudad llevando del cuello a Weibel que caminaba dócilmente sobre cuatro patas como un perro. El formato de aquella acción, que exploraba las conexiones conceptuales de la propia violación y las inscripciones culturales en el cuerpo, se armó mediante una “exposición” dramática, precisamente para invisibilizar toda referencia artística posible y causar el mayor efecto posible, en donde la gamberrada lo era aparentemente todo. La impresión de la acción dejada sobre los rostros de algunos transeúntes en las fotografías difundidas por los artistas nos obliga a reflexionar sobre cómo una realidad imposible deviene real e icónica, mediante la adopción de la máxima exposición y elocuencia pública, a fin, no ya de simular, sino de ser real sin serlo.

Por su parte, Burden, en 1973, perpetró lo que tendrá como título TV Hijack, una acción en televisión durante la que secuestró a la presenta-

69. DE CERTEAU, op. cit., p. 73
dora que se disponía a entrevistarlo en directo, amenazándola cuchillo en mano con hacerle obscenidades, matarla incluso, si la transmisión se cortaba: “Al final de la grabación, pedí la cinta del programa. Desenrollé la bobina, la mojé con acetona y destruí el programa. El gerente de la cadena estaba colérico. Le ofrecí mi cinta, que incluía el programa y su destrucción, lo que rechazó”.72 Para Burden, “es mucho más fuerte secuestrar una emisora de TV que un avión” [...] crear la confusión de no estar del todo seguro de si era algo real o no. Eso ocurre un montón de veces en la vida diaria, por ejemplo frente a un fuego con bomberos y cámaras [...] La realidad obliga muchas veces a tomarte un cierto tiempo para saber lo que verdaderamente ocurre, sobre todo ante situaciones de desastre. En TV Hijack lo que me interesaba es que la transmisión es algo efímero, es algo como el humo. Pero en realidad existe en un trozo de cinta”.73

La invisibilidad no se consigue con el vacío, sino con la mimesis, con la exposición adecuada a cada tiempo y espacio. Hay que aprender de muchos animales que gradan sus colores, del oscuro en las espaldas al casi blanco en los vientres, para romper la superficie del cuerpo haciéndolo parece plano, sin cualidades tridimensionales. La definición proporcionada por Carlos Miranda sobre el arte invisible va aquí de perillas: “Arte invisible son aquellas prácticas que se manifiestan disolviendo su propia especificidad visual como arte, de manera que mimetizan el lenguaje visual del contexto en el que se integran para así poder establecer un tipo de relación con el receptor que no esté distinguida por una condición contemplativa, inherente al modo de apreciación estética que implica la tradición del arte moderno. Al contrario, su condición es precisamente la de su desaparición visual como obras de arte, para acceder a un tipo de recepción que no las restringa al ámbito de la ficción artística, sino que les permita funcionar como imágenes cualesquiera del universo visual urbano o mediático”.74

Tenemos, por ejemplo, a Eliphas Lévi, que en realidad se llamaba Alphonse Louis Constant, y que era un mago y escritor ocultista desaparecido en 1875, quien creía firmemente en que el secreto de la invisibilidad residía en la facultad de “paralizar” la atención. Expuso el siguiente

74. Citado en MÉNDEZ BAIGES (2007), op. cit., p. 100
Heteronomías Una historia del *fake* debe pasar ineludiblemente por la historia de la heteronomía, el concepto que se aplica a un ser que vive según reglas que le son impuestas. Heterónimos son aquellas personalidades literarias o artísticas, con biografía y obra propias, inventadas por un autor (que llamamos ortónimo) con la intención de que sean percibidas como realmente existentes.

Admitamos que la heteronomía hunde parte de sus raíces en el, llamemosle fraude. Podemos ilustrar este asunto con un par de casos. El primero tiene que ver con Marx y Engels. Cuando preparaban la publicación de *El Capital* (1871), y vista la escasa repercusión de obras suyas anteriores, a Engels se le ocurrió que podían escribir reseñas sobre la obra firmadas con nombres de falsos economistas en la prensa burgue-

caso: “Si un hombre perseguido por quienes pretenden asesinarlo se mete por una calle lateral, regresa de inmediato, y avanza con perfecta calma hacia sus perseguidores, o se mezcla con ellos y parece entregado a la persecución, con seguridad se volverá invisible”.75 Y a la vez, el camuflaje sirve muy bien al propósito de “crear el pánico” a fin de ocul-tarse. El colectivo de filósofos y activistas Tiqqun plantea la difusión de niebla de fondo, como *algo vaporoso y fluido*, que no debe condensarse en ninguna parte, que no debe tomar cuerpo. En alusión a T. H. Lawrence (de Arabia) y su *Manual de Guerrilla* (1926) –y a Deleuze, de quien recuerdan aquello de que hay que “fabricar lo real, no responderle”–, Tiqqun defiende que la revuelta sólo deviene invisible en la medida en que alcanza el objetivo de privar al adversario de objetivo.76 Una táctica también especialmente querida del poder. De la misma forma que las ideologías no han terminado sino que han encontrado en la comunicación de masas un privilegio antes desconocido, la transparencia (y estas son palabras de Eliseo Verón de 1967, uno de los promotores del “Arte de los Medios” en Argentina), la gente despierta asume hoy la distorsión de la señal como estrategia de supervivencia. Derrida lo puso muy hermoso cuando interpretó el término *diáfono*: “da a ver sin mostrar materia, lugar del aparecer”.77 Invisible y diáfono... juntos de la mano.

75. BALL, op. cit., pp.199-200
De este modo el engaño provocaría que el texto atrajera la atención de los expertos y de los lectores. Estos autores (heterónimos) escribieron en la prensa burguesa, con sugerentes estilos propios, críticas despiadadas de algunos avances de la obra, obligando de este modo a los economistas políticos a pronunciarse. Hasta julio de 1868 se publicaron por lo menos quince recensiones en periódicos burgueses.

El segundo ejemplo es aún más complejo, y tiene que ver con la necesidad de la economía académica de dar sentido a (y sacar tajada de) las lagunas de conocimiento a las que habitualmente se enfrenta. L’Amico di Sandro (El amigo de Sandro) fue el nombre de artista inventado por el expertise estadounidense en coleccionismo Bernard Berenson en 1899 a fin de crear un personaje real al que se pudiera atribuir una serie de pinturas renacentistas cuya autoría era dudosa, y que se adscribían alternativamente a Sandro Botticelli, Domenico Ghirlandaio o Filippino Lippi. Berenson emplazó al Amigo de Sandro entre estos genios, compartiendo con Botticelli una cierta soltura de expresión, menor seguridad en el dibujo y la tendencia a las tonalidades alegres de la carne, o con Lippi, su sentido simple y contenido. De ese modo, Berenson se convertía en el gestor absoluto del sutil arte de la atribución no sólo de las obras del artista ficticio, sino también de las de Botticelli, Lippi y demás genios italianos. Berenson esperó hasta 1932 para declarar que todo era una invención y volver a atribuir aquellas obras a otros maestros. En el interin, se había forrado.  

No obstante, el heterónimo devino pronto una fuente inagotable en la reflexión cultural sobre la ficción, acaso por lo que señaló Ricardo Paglia: “La verdad tiene una estructura de una ficción donde otro habla. Hay que hacer en el lenguaje un lugar para que el otro pueda hablar. La literatura sería el lugar en el que siempre es otro el que habla”. Max Aub, autor de uno de los más notables heterónimos de la historia de la cultura española, Jusep Torres Campalans –de cuya obra literaria y pictórica nos ocupamos en detalle en la sección correspondiente– manifestó en 1972: “Siempre tuve mayor facilidad para decir lo que tengo que decir a través de varias personas que no por mi boca, o mi ecuánimidad ante la vida me hizo pensar que el teatro era la mejor manera

en la que podía exponer mis ideas”. Un juego de máscaras que alude a la técnica del *mise en abyme*, el procedimiento narrativo que consiste en imbricar una narración dentro de otra, de manera análoga a las muñecas rusas. Así, por ejemplo, André Gide creó a André Walter, que a su vez proyectó al escritor Allain, y Antonio Machado creó a Juan de Mairena, quien en las *Coplas mecánicas* afirma que no son suyas, sino de la Máquina de Trovar de otro apócrifo, Jorge Meneses. Un desconcertante y fructífero embrollo.

La tradición de falsarios literarios no es menor: Fernando Pessoa, Prosper Mérimée, Federico García Lorca, Miguel de Unamuno, Jonathan Swift, Romain Gary, Valéry Larbaud, Eugeni d’Ors, José María Eça de Queirós, Paul Valéry, Jorge Luis Borges, Luigi Pirandello, Machado de Assís o Alberto Insúa. Lo mismo acontece en el mundo del arte, si recordamos al mencionado personaje abuino de Torres Campalans (1958); a Pavel Jerdanowitch (1924), inventado por Paul Jordan-Smith; Bruno Hat (1929), creado por Brian Howard; Hank Herron (1973), alimentado por Carol Duncan; Lenin Cumbe (1992), ideado por el grupo Agustín Parejo School; Harry Kipper (1995), *doppelganger* del colectivo Luther Blissett; Nat Tate (1998), surgido de la mano de William Boyd; Darko Maver (1999), “obra” de Eva y Franco Mattes; Konstantin y Yuri Shamanov (2009), elaborados por Jake y Dinos Chapman (The Chapman Brothers); o a Karl Waldmann, dadaísta de la primera vanguardia cuya obra apareció por arte de magia en 2001 y de la que aún se extraen sesudas conclusiones académicas.

A juicio de Maria Rosell, el juego de los heterónimos con los binomios como los de verdad y mentira, autenticidad y falsedad, original y copia, contribuyen a la disolución progresiva del aura del objeto artístico, basado en la autenticidad y la originalidad, y facilita el acercamiento a las actuales experiencias ante lo artístico derivadas de las nuevas formas de consumo y producción. Unas experiencias, que visto lo visto, sólo hacen que espejar, distorsionadamente, el valor supremo de lo que antes eran aporías: la transparencia y la invisibilidad; la ventriloquía y la sinceridad: el camuflaje y la realidad. Es en el muñeco en donde la teleología de la verdad ha encontrado su parusia y su infierno.

80. ROSELL, *op. cit.*, p. 41
81. ROSELL, *ibid.*, p. 79
82. ROSELL, *ibid.*, p. 132
**Una estética sin arte**  
Hans Richter, dadaísta de primera hora, contó a mediados de los años 1960 la historia completa del duelo entre Tristan Tzara y Hans Arp en 1916. Un día llegó a los diarios suizos la noticia de un duelo a pistola, efectuado en Dolderwäldchen, entre los dos cabecillas Dadá. El testigo de una de las partes, se anunciaba, había sido J. C. Heer, poeta popular muy apreciado y de gran nombre en Suiza, pero también persona muy circunspecta y poco proclive a mezclarse en berenjenales. Al día siguiente, los mismos diarios recibían una rectificación indignada de Heer negando su participación en los hechos. En la tarde del mismo día volvía a aparecer una rectificación de la rectificación, en la que dos testigos explicaban que ninguno de los duelistas había resultado herido, pero que, efectivamente, “en honor a la verdad”, debían confirmar la presencia de Heer en el lance en calidad de testigo. Por supuesto, el duelo ni siquiera había tenido lugar, y por supuesto, el siempre mesurado Heer montó en cólera.

En palabras de Richter, Dadá había desarrollado y mejorado notablemente “la técnica de agitar, importunar y en última instancia insultar deliberadamente al público”, así como “la estrategia de difundir falsas noticias”: “Nada le agrada tanto al público como la burla, el desafío y los insultos. Sólo entonces comienza a reflexionar y como siempre tiene un oculto complejo de culpa, por fin termina por decirse: ‘En el fondo esta gente tiene razón. ¡Qué idiotas somos, después de todo! Entonces, ¿por qué no decirlo? Y cada uno vuelva a su casa satisfecho, con la sensación de que conocerse a sí mismo es el primer paso para mejorar. Otros, por supuesto, siguen la dirección opuesta y se precipitan al estrado a fin de hacer entrar rudamente en razón a los provocadores [...] Planear y llevar a cabo un escándalo público era, pues, parte integrante de todo el movimiento Dadá ya tendiese hacia el pro-, el a-, o el anti-arte. Y si el público, como ocurre en nuestros días con los insectos y los microbios, se inmunizaba contra alguno de esos medios de exterminio, a nosotros nos incumbía inventar otros”.

Contó también Juan Antonio Ramírez que cuando en 1917 estalló en Nueva York el escándalo por el urinario que Marcel Duchamp presentó a la Exposición de los Independientes, le preguntaron a la artista Louise Norton si “eso” era algo serio o simplemente una broma. Norton contestó: “¡Tal vez ambas cosas a la vez! ¿Acaso no es posible?”. De
hecho, los amigos de Duchamp participaron tanto del escándalo como de la aparente certificación crítica de la obra, sabedores de que se trataba de un trabajo colectivo de efectos conscientemente programados. Tras las discusiones en el comité de la exposición y el abandono airado de Duchamp, Walter Arensberg acudió a comprar la pieza, retirándola ostentosamente y recorriendo las salas abarrotadas de público a toda prisa y vomitando imprecaciones. Días después, aparecía en el segundo número de la revista *The Blind Man*, una fotografía “oficial” de la obra (realizada por Alfred Stieglitz) y dos artículos explicativos: un editorial anónimo (de mano del propio Duchamp), y el titulado “Budha of the Bathroom”, firmado por Norton con un lenguaje propio del mundo de la crítica artística. Escribió Ramírez respecto a la respuesta de Norton: “No es una lógica binaria que practique la exclusión en el sentido de ‘cara o cruz’": ambos lados [seriedad y broma] son siempre visibles.\(^{84}\)

Creo que este aspecto es importante para comprender cuál es en realidad la pulsión que las vanguardias clásicas imprimen en los nuevos modos de hacer críticos con el establishment artístico y los conceptos estéticos heredados del romanticismo. No se trata de que la obra se expanda hacia el interior o el exterior, hacia la subjetividad de la abstracción o hacia la vida social constructivista, sino que en el fondo muchos artistas se quieren desartistizar. Una estética que quiere liberarse del arte, apagar la luz del arte para observar, sobar y reír mejor el objeto de exploración, el objetivo: que se vean todas las costuras del arte para anular su ilusionismo. No obstante, paradójicamente, con Dadá exhumar la verdad (Fontcuberta habla también de desfosilizarla) equivale a vestirla de carnavales. Naturalmente, como kermesse tiene fecha de inicio y final: sólo dura el tiempo eficaz para que la acción explote y se amanse. Muchos de los *fakes* en Zúrich, Praga o París servían de publicidad para atraer gente a sus exposiciones. Houdini también podría haber sido dadaístas, cuando hiriendo el orgullo nacional alemán para así poder ser detenido, retó a los jueces en el tribunal a meterle en la prisión más profunda y segura para después resurgir triunfante y sin grilletes en la puerta trasera, eso sí, escandalosamente desnudo. Al día siguiente, el teatro estaba lleno.

Se trata de una pulsión, la de deshacer la artística, de larguísimos recorrido a lo largo del siglo XX, y en especial durante las últimas déca-

FAKE

46

... para Sigfried Kracauer, por ejemplo, lo artístico ha sido el principal obstáculo para que el cine cumpliera su misión histórica: la de desvelar, desenmascarar. Arturo Leyte, glosando a Heidegger, ha hablado también del riesgo de la estética: “Cuando el arte se comprende desde la Estética, el arte se convierte en una máquina de producir el objeto, pero ya no es capaz de reconocer la cosa”. Baudrillard llegó incluso a exigir que se tributara menos a la estética (ese “flirteo con la verdad”) y se adoptaran un ilusionismo de señuelos y trampantojos para reconectar con el mundo antes de que éste adquiera un sentido: la ilusión como escena primitiva, muy anterior a la escena estética. En esta línea, ha sido Boris Groys quien no hace mucho ha interpretado el fake como un trompe-l’œil que tiene como objetivo último el abandono de la estética.

A lo largo de ese sendero, la estética desartistizadora ha debido, primero de todo, cuestionarse ciertas certezas objetivas sobre el sujeto que habla. Benjamin, Barthes, Foucault, Derrida, Foster... en todos ellos se fraguó una visión del arte que desnaturalizara el vínculo entre productor y producción, “atentando el orden de los lenguajes” (Barthes). Dora Frengel, al tratar el auge del fake en la producción artística reciente del arte colombiano (como en los ejemplos de Luis Ospina y Lucas Ospina que exploramos páginas más adelante), comenta que la crítica radical sobre el autor ha propiciado que los artistas ya no profundicen en las técnicas y lenguajes artísticos en términos de “estilo”, sino como útiles para tratar una problemática específica, ocupar un lugar o afectar a un tipo de sujeto social. El artista se distancia de su labor histórico-estilística y se compromete en la artesanía que demanda cada caso.

El propio Heidegger planteó esta cuestión de la relación entre el fin de las fronteras entre productor y espectador, anunciando la globalización de la estética en todos los órdenes de la vida, anticipando así la implantación universal de la sociedad del espectáculo, expuesta por Guy

88. GROYS, op. cit., p. 94
Debord. Como ha señalado Félix Duque en relación a esta lectura de Heidegger, si la obra de arte es vista como objeto (o sea, como algo que viene a estar representado ante y valorado por un sujeto, sin cuyo “acto de presencia” no habría representación ni valores), entonces todo objeto llega a ser vivenciado como una obra de arte, con lo que las fronteras entre la “creación” (o la ficción) y la supuesta “realidad” se difuminan. El arte, así, pasa a ser una perturbación del sentido.\textsuperscript{90} El abandono de la voz propia, explorada con brutal intensidad en el vacío del Imperio Austrohúngaro en las obras de Hoffmansthal, Mach, Wittgenstein o Bahr, tendrá unas repercusiones innegables en el conjunto del pensamiento dadaísta, y por ende, del situacionismo posterior: “Hay que abandonar al yo”, decía el físico Ernst Mach: “Es, en parte, la percepción de este hecho, y en parte también, el miedo que provoca, lo que ha dado origen a los muchos excesos de pesimismo y optimismo y a numerosos absurdos religiosos, ascéticos y filosóficos”. No hay ninguna verdad ni realidad oculta. Hermann Bahr, en su célebre ensayo \textit{El yo insalvable} (1907), defendía que el hombre no es más que una masa de percepciones sumamente inestables que crean la impresión de personalidad.\textsuperscript{91} No hay nada más, y en ese vacío se produce la perturbación, la \textit{stásis}. De ahí, en parte, que los dadaístas defendieran la destrucción del diccionario para oponerse a un tipo de totalitarismo que definieron “del significado” y que terminaron por desarrollar los situacionistas al “instaurar la legitimidad del contrasentido y denunciar la impostura del sentido establecido y dado por el poder”.\textsuperscript{92}

Se trata no solamente de profanar las separaciones, los índices, de abolirlos, anularlos, sino de aprender a hacer un nuevo juego con ellos, y más, cuando, como dice Giorgio Agamben, en su fase extrema, el capitalismo no es otra cosa que un gigantesco dispositivo de captura de los comportamientos profanatorios: “La profanación de lo improfanable es el deber político de la próxima generación”.\textsuperscript{93} Tan gigantesca es la voracidad del capital y la mercancía por capturar y domesticar la profanación, que el propio Agamben cuestiona las prácticas \textit{fake} como me-

\textsuperscript{90} DUQUE, Félix; VITIELLO, Vincenzo; LEYTE, Arturo; WYSS, Beat; FYNSK, Christopher (2005). Heidegger y el arte de la verdad. Pamplona: Universidad Pública de Navarra, pp. 33 y 49

\textsuperscript{91} BLOM, op. cit., p. 95

\textsuperscript{92} ROCHA, Servando (2012). La facción caníbal. Historia del vandalismo ilustrado. Madrid: La Felguera, p. 350

canismo de "soltura", pues quedaría igualmente enganchado a la esfera del consumo. Lo profano es, de todas formas, aquello que, habiendo sido sagrado, es restituido al uso y a la propiedad de los hombres. Su devolución (o su intento) debe ser una tarea desestabilizadora que lleva a la víctima a la a poría, a un estado de desorientación y perplejidad, como en el teatro sin espectadores que propone Rancière, con acciones realizadas por unos cuerpos en movimiento frente a otros cuerpos vivientes que deben ser movilizados porque éstos últimos han renunciado a su poder. Exhumar la verdad es el modo de trasladar el cuerpo a la vida real, "vulnerando nuestra acomodada posición como espectadores pasivos, apáticos y crédulos". El cadáver, fuera de su ataúd, apesta.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

Exhumar la verdad es el modo de trasladar el cuerpo a la vida real, “vulnerando nuestra acomodada posición como espectadores pasivos, apáticos y crédulos”. El cadáver, fuera de su ataúd, apesta.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

Exhumar la verdad es el modo de trasladar el cuerpo a la vida real, “vulnerando nuestra acomodada posición como espectadores pasivos, apáticos y crédulos”. El cadáver, fuera de su ataúd, apesta.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

Exhumar la verdad es el modo de trasladar el cuerpo a la vida real, “vulnerando nuestra acomodada posición como espectadores pasivos, apáticos y crédulos”. El cadáver, fuera de su ataúd, apesta.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.

La tarea del desenterrador, cuidado, no debe juzgarse en meros términos de vandalismo casual, sino más bien de gamberrada de un experto forense. El trabajo del falsario es singularmente preciso, pues debe conocer los códigos del espacio en el que se infiltra para insertar el mensaje y no levantar sospechas y, al tiempo, debe acarrear las herramientas que le permitirán alcanzar su objetivo. Es un trabajo de precisión más bien mecánico, de competencia mimética. El fake es el mono sempiterno de los cuadros de Teniers.
técnicas comunicativas, aunque se vaya vestido de mico. Si te infiltras en la tele, tienes que conocerla al dedillo. Es fundamental conocer de primera mano los límites y utopías de los campos en lo que se opera para mostrar que se es capaz de dominar “la delicada operación de fabricar la inautenticidad” (Rosell).  

Samuel Butler dejó escrito: “Poco me importa la mentira, pero detesto la imprecisión”. Si lo ilusorio es vago, lo imaginario es preciso. O podemos recordar a Félix Krull, el inolvidable personaje de Thomas Mann de la mejor novela acaso escrita sobre la impostura como discurso estético: “La frivolidad no es lo mío, y menos aún en cuestión de travesuras; porque hay travesuras y bromas que deben tomarse muy, muy en serio…, o nunca saldrán bien. Una gran broma sólo llega a serlo cuando uno ha invertido en ella toda la seriedad del mundo.” Lo mismo opinaba Enric Marco, el impostor que se hizo pasar durante décadas como el adalid de la memoria histórica de los

97. ROSELL, op. cit., p. 132
98. ROSSET, op. cit., p. 116
supervivientes de Mauthausen.\textsuperscript{100} Lo mismo dijeron los miembros de la SEAC (Sociedad de Euskadi de Arte Conceptual) durante sus acciones a mediados de los años 1990.\textsuperscript{101} O el narrador de \textit{La isla del día de antes}, de Umberto Eco, cuando admite que el camuflaje, por fuerza, siempre ocultará la complejidad de invisibilizarse: “La disimulación no es engaño. Es industria de no hacer ver las cosas como son. Y es industria difícil: para sobresalir en ella hace falta que los demás no reconozcan nuestra excelencia. Si alguien fuera célebre por su capacidad de camuflarse, como los actores, todos sabrían que no es lo que finge ser. Pero de los excelentes disimuladores que han sido y son, no se tiene noticia alguna.”\textsuperscript{102} Al fin y al cabo, los falsificadores de arte están obligados a conocer bien de cerca lo que el arte es, dado que la verdadera naturaleza de su trabajo es mantener un ojo siempre avizor sobre el mundo del arte.\textsuperscript{103}

Ese conocimiento de los códigos de inserción más la voluntad de deshacer toda percepción artística que contamine la acción (habitualmente \textit{happenings}) y recepción del acto social, es lo que llevó a que una parte importante de la escena estética y política latinoamericana (y en otras partes de Norteamérica y Europa) tomara el camino del \textit{fake} desmaterializador desde mediados de los años 1960: desafío institucional, introducción del conflicto cotidiano, procesualismo, emplazamiento público, empleo de técnicas de los medios de comunicación dominantes, subversión de códigos, métodos colaborativos.\textsuperscript{104} Eliseo Verón, quien participaría activamente en las ficciones críticas y mediáticas desarrolladas en la Argentina de aquellos años –y que exploraremos en siguientes páginas– definió en 1967 la posibilidad de obras orientadas a manifestar las formas de organización de la comunicación de masas, la posibilidad de una “poética de los medios masivos”.\textsuperscript{105} En 1970, es-

\textsuperscript{100} Ver CERCAS, \textit{op. cit.}


\textsuperscript{102} ECO, Umberto (1995). \textit{La isla del día de antes}. Barcelona: Lumen. p. 98


\textsuperscript{104} Sobre las técnicas desmaterializadoras, ver BLANCO, Paloma; CARRILLO, Jesús; CLARAMONTE, Jordi; EXPÓSITO, Marcelo (eds.) (2001). \textit{Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa}. Salamanca: Universidad de Salamanca. Y más recientemente, FRAJ, \textit{op. cit.}

cribía el brasileño Federico Morais: “El artista de hoy es una especie de guerrillero, el arte es una forma de emboscada. Actuando por sorpresa, donde menos se espera y en una forma atípica (ya que todo hoy puede ser transformado en un instrumento de guerra o de arte), el artista crea un estado de tensión permanente, de expectativa constante [...] Una víctima constante de la guerrilla artística, el espectador se encuentra forzado a activar y afilar sus sentidos [...] especialmente si necesita tomar la iniciativa [...] Existe una contra-historia que descarga su lodo sobre el arte posmoderno, acumula escombros en la tierra baldía de arte guerrillero, en donde no hay categorías, modos o medios de expresión, estilos ni –eventualmente– autor [...]".

Cuando Lucy Lippard acuñó en Estados Unidos el término “arte desmaterializado” en 1967, no era aún del todo consciente que la proyección de aquel camino no había partido únicamente del arte. En 1963, los Tupamaros llevaron a cabo una primera operación de distribución de alimentos entre barrios marginales uruguayos. Los guerrilleros simularon ser miembros de un comité político de barrio y encargaron un camión lleno de provisiones a un mayorista. Con el día de Navidad muy próximo se aseguraron de que en el cargamento hubiera una buena cantidad de dulces. Dirigieron el camión a una dirección vecina a una “villa miseria” y allí lo secuestraron a su llegada. La comida fue distribuida entre los vecinos de la villa. Otro “evento” desarrollado por aquella guerrilla urbana fue la “Operación Pando”. La cuenta así Luis Camnitzer: “El 8 de octubre de 1969, coincidiendo con el segundo aniversario de la muerte del Che, los Tupamaros alquilaron coches para un cortejo fúnebre. La razón que dieron fue la repatriación y entierro de los restos mortuorios de un pariente que habría fallecido en Argentina algunos años antes. La procesión incluía cinco coches y una camioneta. La ceremonia fúnebre. La razón que dieron fue la repatriación y entierro de los restos mortuorios de un pariente que habría fallecido en Argentina algunos años antes. La procesión incluía cinco coches y una camioneta. El entierro iba a tener lugar en Pando, una ciudad de veinte mil habitantes, a unos treinta kilómetros de Montevideo. La procesión se detuvo varias veces en el camino para levantar a más ‘parientes’ del difunto, todos con una conducta fúnebre apropiada y muchos de ellos llorando. Entretanto, el ataúd estaba lleno de las armas necesarias para la operación. Una vez que el grupo se completó, se subyugó a los choferes contratados

y comenzó el trabajo real: la toma de la sede policial, la estación de bomberos, el edificio de la empresa telefónica y, finalmente, los cuatro bancos de la ciudad”. En opinión de Camnitzer, desde un punto de vista práctico, la operación fue un gran fracaso. Durante el retorno a Montevideo tuvo lugar un encuentro con la policía en el cual murieron tres de los guerrilleros y fueron apresados otros dieciocho. Pero desde un punto de vista estético, especialmente en lo que se refiere a la infiltración y al camuflaje objetual, la operación fue un logro memorable.108

El teórico peruano Juan Acha también lo tenía claro: “El arte deja de ser un fin en sí mismo y se instaura como un medio, sea de las preocupaciones políticas como de las contraculturales. Es cuando brotan los no objetualismos cuyo blanco de ataque es la fetichización del objeto […] para ello tienen a disposición las ideas frías, el juego, el buen sentido del humor o los gritos expresionistas y pueden utilizar galerías y museos o ir a la clandestinidad. Con el tiempo y a través de varias mediaciones, llegarán los efectos (no las obras) de los no objetualismos”.109

También en los años 1980, un artista como Ronald Jones opinaba que “el modelo más útil para el arte político en este momento es el terrorismo. No estoy proponiendo la violencia, sino la insidia […] El terrorismo se ha convertido en una alternativa para los desposeídos […] Los artistas se encuentran entre los desposeídos… Los estilos tradicionales de arte político son expresiones de la idea de que el cambio es posible a nivel de bases. Esa creencia es ingenua y decadente. Creo que la reforma política contemporánea está en manos de la clase que Lyotard ha descrito como la de los que toman las decisiones. Ese es mi público”.110 En la misma dirección apunta Rancière: “La ficción no es la creación de un mundo imaginario opuesto al mundo real. Es el trabajo que opera disensos, que cambia los modos de presentación sensible y las formas de enunciación al cambiar los marcos, las escalas o los ritmos, al construir relaciones nuevas entre la apariencia y la realidad, lo singular y lo común, lo visible y su significación”. Aunque, al mismo tiempo, Rancière, habitual entusiasta de este tipo de manifestaciones, advierte de los riesgos que supone la vocación de estas prácticas de oponer lo real de la acción po-

108. CAMNIZTER, op. cit., pp. 72-76
110. CAMNITZER, op. cit., p. 272
lítica a los simulacros del arte encerrado en la clausura institucional: “Al borrar la divergencia entre política de la estética y estética de la política, se borra también la singularidad de las operaciones por las cuales la política crea un escenario de subjetivación propia. Y sobrestima paradojicamente la visión tradicional del artista como virtuoso y estratega, identificando nuevamente la efectividad del arte con la ejecución de las intenciones de los artistas”.  

En este sentido, para Rogelio López Cuenca, un problema evidente es que el poder quiere al arte en la “reserva india” –confinado en espacios institucionales reservados– contra lo que hay que poner en práctica un “arte invisible, que se confunde deliberadamente con la iconsosfera, el lugar donde la realidad se convierte en constructo del discurso dominante, precisamente con la intención de sacar a la luz sus resortes”.  

Un arte de la parodia, como no puede ser de otra forma quien pretende acabar con los atajos de las grandes verdades. Parodia: Imitación de los versos de otro autor, en la cual aquello que en el original era serio se vuelve ridículo, o cómico, o grotesco. Pastiche lo llamó Frederic Jameson, añadiendo un acento posmoderno. Una ironía que socava claridades, a diferencia del engaño sin más; ironía que, ha dicho Wayne Booth, “abre vistas en las que reina el caos y o bien libera mediante la destrucción de todo dogma o destruye por el procedimiento de hacer patente el ineludible cáncer de la negación que subyace en el fondo de cualquier afirmación”.  

El romántico Friedrich Schlegel, quien formuló la sugerente idea del witz, de la ironía como para-doxa –“hallazgo conseguido en la confusión de un caos heterogéneo, en relaciones nuevas, inéditas, que no llegan nunca a un estado de fusión y cuya diferencia permanece siempre explícita” (de nuevo la bipolaridad siempre transparente de Duchamp)–, pensaba que el artista (poeta) es un operador de la cultura que detona todos los lenguajes, conocimientos y ciencias, que acaban siendo caminos de libertad para él y para los demás.  

111. RANCIÈRE, op. cit., pp. 68 y 78  
112. Citado en MÉNDEZ BAIGES (2008), op. cit., p. 60  
Se trata de un desafío, el de la parodia, no tan cómodo al poder como pudiera parecer a la luz de las tragaderas que parecen asomar en las fauces institucionales y que podrían llevar a pensar que toda profanación es ya imposible. Sin ir más lejos, mientras se montan muestras como la que nos ocupa, hay no pocas indicaciones para que los fake queden acotados al ámbito del objeto de exposición (la reserva india), para que la parodia no alcance a la autoridad museística. Dejó escrito Baudrillard en relación a la gestión de la impostura: “El desafío de la simulación es inaceptable para el poder, ello se ve aún más claramente al considerar la simulación de virtud: no se castiga y, sin embargo, en tanto que simulación es tan grave como fingir un delito [véase el trabajo de Lucas Ospina con el grabado de Goya, presente en la exposición]. La parodia, al hacer equivalentes sumisión y transgresión, comete el peor de los crímenes, pues anula la diferencia en que la ley se basa. El orden establecido nada puede en contra de esto, está desarmado ya que la ley es un simulacro de segundo orden mientras que la simulación pertenece al tercer orden, más allá de lo verdadero y de lo falso, más allá de las equivalencias, más allá de las distinciones racionales sobre las que se basa el funcionamiento de todo orden social y de todo poder. Es pues ahí, en la ausencia de lo real, donde hay que enfocar el orden, no en otra parte. Por eso el orden escoge siempre lo real. En la duda, prefiere siempre la hipótesis de lo real, aunque esto se va haciendo cada vez más difícil, pues si resulta prácticamente imposible aislar el proceso de simulación a causa del poder de inercia de lo real que nos rodea, también ocurre lo contrario (y esta reversibilidad forma parte del dispositivo de simulación e impotencia del poder), a saber, que a partir de aquí deviene imposible aislar el proceso de lo real, incluso se hace imposible probar que lo real lo sea.”

Es acaso esta impotencia a la que se refirió un día Certeau, pero precisamente para cuestionar la paradójica potencia del simulacro (y de paso, el rol aparentemente transgresor de modos de hacer como el fake), al prevenir sobre el uso onírico de los vocablos, el cultivo de los lapsus y los intersticios y todo lo que manifiesta “las impotencias de la palabra” (Artaud), ya que pueden devenir meras violencias operadas sobre el lenguaje para designar su funcionamiento, pero sin cambiarlo: “Estas violencias participan de lo que denuncian. Y partiendo de la insignificancia, permanecen impotentes.”

117. DE CERTEAU, op. cit., p. 73
La contraficción como enunciado político  “¿Pertenece sólo al gobierno el derecho de acuñar mentiras políticas? […] Muy frecuentemente sucede que al buen pueblo inglés no le queda otro remedio para demo- ler un ministro y un gobierno que lo tengan fastidiado que el ejercicio de ese indudable derecho. Que la abundancia de la mentira política es un síntoma seguro de la verdadera libertad inglesa, y que si los ministros usan a veces instrumentos para sostener su poder, no es sino razonable que el pueblo emplee los mismos medios para defenderse y derribarlos.”118 Así sostenía Jonathan Swift, en “El arte de la mentira política” (1712) el derecho del pueblo a difundir falsedades a modo de activismo crítico.

No es casualidad que Swift fuera uno de los pioneros en el uso de las modernas técnicas *fake* a la hora de desenmascarar ciertas cuestiones sociales y políticas. En 1707, adoptó el heterónimo de Isaac Bickerstaff, astrólogo, para mofarse del “astrólogo real” del rey Guillermo, un charlatán de nombre John Partridge, un seudónimo (era de esperar) de un tal John Hewson. Bickerstaff publicó unas *Predicciones* para el año 1708 en las que anticipaba la muerte de Partridge para el 29 de marzo. En la mañana del 30 de marzo de 1708, Swift hizo correr de su puño y letra una “Elegía por la muerte de Partridge”, y pocos días después, difundió una carta a un Lord, en la cual un supuesto testigo imparcial narraba los detalles del fallecimiento. A Partridge, en vez de callarse, se le ocurrió refutar a Swift, haciendo público el hecho de que no sólo estaba vivo, sino que también lo había estado el 29 de marzo. Entonces llegó el golpe fatal: la Vindicación. La burla se hizo célebre; amigos de Swift, como Pope, Congreve, Gay o Steele, tomaron parte en la “controversia” publicando anuncios en los que pro- baban o se condolían de la muerte del astrólogo. Fue el fin de Partridge.119

Swift habría podido comprender perfectamente todo un conjunto de instrumentos activistas como los desarrollados por Biotic Baking Brigade, Rhinoceros Party, The Yes Men o Adbusters. También se hubiera encontrado perfectamente ubicado entre algunas de las técnicas elaboradas en Italia por Luther Blissett, Eva y Franco Mattes o Andrea Nate- lla, cuando gracias a ficciones mediáticas desvelaron las bastes costuras de los lenguajes del poder y de sus instituciones italianas.

Aunque, como ya hemos visto, fue en los primeros grupos dadaístas y surrealistas donde comenzaron a implementarse tácticas de infiltración mediática, es pertinente fijar la atención en las actividades llevadas a cabo en las décadas de 1960 y 1970 por los grupos situacionistas europeos, los colectivos “desmaterializados” de los países del Cono Sur americano, y ciertas guerrillas mediáticas estadounidenses y canadienses, para encontrar los fundamentos teóricos y prácticos de este tipo de actividades, que tendrán más tarde, a partir de la década de 1980 y fundamentalmente a partir de la década siguiente –expandidas gracias a la globalización–, un enorme auge y protagonismo en los entornos artísticos y sociales de contestación y alternativa política.

Del détournement (desvío, tergiversación o interferencia del sentido de los enunciados e imágenes) practicado por los situacionistas, estos grupos mencionados aprendieron a operar en lo que Guy Debord llamó en 1967 “un mundo realmente invertido” en donde “lo verdadero es un momento de lo falso”.\(^{120}\) Se trata, en resumen, de oponer a las estrategias de producción que determinan nuestro día a día un uso táctico de los productos con el fin de generar la oportunidad de sustraerse a tales estrategias. Sólo hay que recordar cómo en aquellos días aquellas acciones pre-punks empezaron a cobrarse víctimas entre los tranquilos transeúntes, como en Londres, cuando alguien se disfrazó de Santa Claus y repartió entre los incautos niños que salían de los grandes almacenes Selfbridges un horrible y desagradable panfleto que advertía que ya los ingleses jamás tendrían unas navidades felices.\(^{121}\) Michel de Certeau ya describió en *La invención de lo cotidiano* (1980) cómo el uso del lenguaje de los medios permite la introducción de discontinuidades e interrupciones en los mismos.\(^{122}\) Todo un instrumental de tácticas activistas nacerá de ahí: *tactical media*, guerrillas de la comunicación, *Culture Jamming*, desobediencia civil electrónica, activismo hacker. Certeau llamaba “táctica” a la acción calculada determinada por la ausencia de un lugar propio, por lo que ninguna delimitación de la exterioridad le proporciona una condición de autonomía. “La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además debe actuar en el terreno que le impone y organiza la ley de una

\(^{120}\) DEBORD, Guy (1998). *La sociedad del espectáculo*. Síndominio.net, p. 10

\(^{121}\) ROCHA, *op. cit.*, p. 98

fuerza extraña”.123 Estas prácticas –tal y como ha señalado Roc Albalat–, operan sobre la realidad que nos ofrece el simulacro porque solamente puede ser negada mediante la interrupción de los mensajes que la constituyen, manipulándolos gracias al uso del registro de veracidad que se atribuye a los medios de comunicación.124

Fue también Umberto Eco quien nominó y abogó en 1967 a favor de una “guerrilla semiológica”: “La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega [...] reintroduciendo una dimensión crítica en la recepción pasiva. Si he hablado de guerrilla es porque nos espera un destino paradójico y difícil”125 En 1997, los colectivos a.f.r.i.k.a., Luther Blissett y Sonja Brüzels hicieron público un Manual de la guerrilla de la comunicación en la que planteaban sin ambages la idoneidad y urgencia de crear acontecimientos verdaderos mediante informaciones falsas. Partían de experiencias como “Segni falsi, informazioni false che producano eventi veri” (Signos falsos, informaciones falsas que produzcan eventos verdaderos) plan-teada en 1977 por el colectivo A/traverso (Radio Afice, Altraverso - il Male), y cuya acción más notoria fue cuando Il Male, haciéndose pasar en 1978 por el diario Corriere dello Sport, anunció la suspensión del campeonato mundial de fútbol y la repetición de la final con el equipo italiano, lo que condujo a que la ciudad se convirtiera por un día en un tremendo caos circulatorio. Dejaron escrito: “Las invenciones tienen el objetivo de desacreditar las instancias que se creen amas de la verdad y atacar su autoridad. Entre el consenso y el disenso se abre un amplio espacio para lo que se podría denominar momentos de expresa desconfianza. Estos constituyen un campo ideal para la falsificación. Las noticias falsas no permiten ni aprobación ni rechazo. Socavan la relación de confianza que la política y los medios pretenden establecer”126

En Estados Unidos y Canadá también fue surgiendo lo que vendrá en llamarse la Culture Jamming o distorsión cultural: prácticas de interferen-

123. Citado en FRAJ, op. cit. p. 86
cia que aunaban happening de los medios (subversión de los mensajes publicitarios y mediáticos) y activismo político, como se dio en el caso de los Yippies y los Diggers, a fin de crear un discurso opuesto a las finalidades a que se destinaban originalmente aquellos mensajes. La expresión Culture Jamming surgió nominalmente en 1984 de mano de la banda musical Negativland. Don Joyce, uno de sus integrantes, recuerda cómo apareció el término mientras llamaban por teléfono a los programas de talk-show radiofónicos más conservadores para dedicarles insultos groseros, “interrumpiendo el flujo normal de las cosas”.\textsuperscript{127} Kalle Lasn, uno de los fundadores de Adbusters (Vancouver), grupo dedicado a tergiversar la publicidad, se miraba en Guattari y en su idea de la “ecología mental” que lleva al individuo a buscar una relación de subjetividad con su exterioridad, reinventado antídotos para la uniformización social guiada por los medios. En esa dirección se conducirán grupos americanos y europeos como The Raindance Foundation, EBN, Gorilla Tapes, Critical Art Ensemble, Ant Farm, RtMark, Billboard Liberation Front, New Kids on the Black Block, subRosa, Les Entarteurs, Deportation Class, Bureau d’études, Superflex, Ztohoven, Barbie Liberation Front, The Yes Men, Guerrilla Girls, Grupo de Interferencia Ambiental, El Reverendo Billy, Atrocidades Maravillosas o Companhia Cachorra, incluyendo toda una línea de artivismo en España, desde los colectivos Agustín Parejo School o Preiswert Arbeitskollegen, hasta YoMango, o Las Agencias, por no extendernos mucho.\textsuperscript{128}

Pero, indudablemente, serán las mobilizaciones internacionales contra la globalización capitalista, la primera en Seattle en 1999, en un grado exponencialmente distinto de conjunción e intercambio de información gracias a internet, cuando todas estas prácticas y reflexiones alcancen su mayor hervor, mediante lo que se denominarán “Zonas Autónomas Temporales”: la realización de intervenciones urbanas, sabo-

\textsuperscript{127} MESQUITA, André Luiz (2006). "Culture Jamming: A guerra dos memes e a crítica artística ao consumo nos EUA e no Canadá". Projecto História, nº 32, Sao Paulo, p. 313

tajes del discurso político y corporativo y producción de conocimiento lateral como instrumentos de transformación de los espacios dentro y fuera de las instituciones, siguiendo en buena medida a la estela de la noción “tácticas cotidianas” formulada por Certeau y replanteada por Tiqqun en su diagnóstico de que el pánico que crea el sabotaje no es más que la revelación de la guerra civil en su estado nudo: “una desintegración de la masa en la masa”.129

**Sobre la propuesta de acuerdo inicial** Ya acabo, lector o lectora. ¿Cree que todas las citas de este texto son ciertas? No digo que no lo sean, pero ¿ha pensado en ello? De hecho, hay muchas acaso con la intención de convencerle de que esto del *fake* es un tema candente de la cultura contemporánea y de que hay gigantes intelectuales que se han dedicado a fondo a desencallar estas cuestiones. ¿Repasará usted en Google todos los casos que se exponen en este texto o en el resto del libro para verificar su existencia? ¿Perderá usted su precioso tiempo haciéndolo? Quizás piense que esta coda en el texto es innecesaria, además de estúpida, porque desmerece la aparente investigación que el autor ha desarrollado. Es más que posible, es plausible. Porque, como el autor lo ve –o esa es la sensación que yo tengo– toda mentira crea un mundo paralelo, un mundo en el que es verdad. Y la verdad, esto ya no sé quién lo dijo.

129. TIQQUN *op. cit.*, p. 146
no es verdad, no es mentira

Somos ovejas disfrazadas de lobos

Reflexiones sobre el origen del fake y su evolución en la época de las redes

Bani Brusadin

Las Brigadas Rojas son el Mal

Un día de mayo de 1979, los italianos despertaron y fueron a comprar el diario sin saber que estaban a punto de convertirse en el blanco de una de las más exitosas y populares operaciones de fake en la era de la comunicación de masas de la historia del país.

Italia vivía entonces en la sombría atmósfera de los "años de plomo", un período de atasco institucional, agitación popular y represión. El país, que en plena guerra fría tenía el más gran Partido Comunista de todo el bloque occidental, era objeto de oscuros intereses extranjeros e indescifrables presiones internas. Sectores desviados de los servicios secretos establecían conexiones con el crimen organizado y grupos neo-fascistas, poniendo en marcha una "estrategia de la tensión" basada en atentados con bombas en trenes, bancos, lugares comerciales que provocaron decenas de muertos. Desde mediados de los setenta algunos grupos políticos de la izquierda radical habían pasado a la clandestinidad y a la lucha armada. Los atracos a bancos y oficinas de correo se multiplicaron, así como las intimidaciones y hasta asesinatos con trasfondo político. El 1978 las Brigadas Rojas, el más temido grupo terrorista marxista-leninista de la historia de Italia y quizás de todo el Occidente, había raptado a Aldo Moro, ex-primer ministro y presidente del gran partido democristiano al gobierno. Tras un cautiverio de casi dos meses, Moro fue asesinado y su cadáver fue encontrado en pleno centro de la capital a pocos metros de los más importantes palacios de la política institucional.

Un día de mayo del año siguiente, en la portada de tres importantes periódicos nacionales expuesta en numerosos quioscos de varias ciudades de la península destacaba un titular a toda página con la noticia del arresto del famoso actor Ugo Tognazzi en cuanto jefe oculto nada menos que de las Brigadas Rojas. Muy querido por el público, Tognazzi era
Somos ovejas disfrazadas de lobos
Reflexiones sobre el origen del *fake*
y su evolución en la época de las redes

Bani Brusadin

Las Brigadas Rojas son el Mal Un día de mayo de 1979, los italianos despertaron y fueron a comprar el diario sin saber que estaban a punto de convertirse en el blanco de una de las más exitosas y populares operaciones de *fake* en la era de la comunicación de masas de la historia del país.

Italia vivía entonces en la sombría atmósfera de los “años de plomo”, un período de atasco institucional, agitación popular y represión. El país, que en plena guerra fría tenía el más gran Partido Comunista de todo el bloque occidental, era objeto de oscuros intereses extranjeros e indescifrables presiones internas. Sectores desviados de los servicios secretos establecían conexiones con el crimen organizado y grupos neofascistas, poniendo en marcha una “estrategia de la tensión” basada en atentados con bombas en trenes, bancos, lugares comerciales que provocaron decenas de muertos. Desde mediados de los setenta algunos grupos políticos de la izquierda radical habían pasado a la clandestinidad y a la lucha armada. Los atracos a bancos y oficinas de correo se multiplicaron, así como las intimidaciones y hasta asesinatos con trasfondo político. El 1978 las Brigadas Rojas, el más temido grupo terrorista marxista-leninista de la historia de Italia y quizás de todo el Occidente, había raptado a Aldo Moro, ex-primer ministro y presidente del gran partido democristiano al gobierno. Tras un cautiverio de casi dos meses, Moro fue asesinado y su cadáver fue encontrado en pleno centro de la capital a pocos metros de los más importantes palacios de la política institucional.

Un día de mayo del año siguiente, en la portada de tres importantes periódicos nacionales expuesta en numerosos quioscos de varias ciudades de la península destacaba un titular a toda página con la noticia del arresto del famoso actor Ugo Tognazzi en cuanto jefe oculto nada menos que de las Brigadas Rojas. Muy querido por el público, Tognazzi era
uno de los protagonistas de la comedia italiana: un actor cómico con fama de inconformista y bon vivant, a menudo intérprete de figuras de anti-héroes superficiales, hipócritas y materialistas, y aún así capaces de provocar simpatía y cierto sentido de identificación. Ese día el diario *Il Giorno* de Milán (afín al Partido Socialista y a las grandes empresas públicas), *La Stampa* de Turín (moderadamente conservador y ligado a la dirección de FIAT) y *Paese Sera* de Roma (cercano al Partido Comunista), publicaban las fotos del actor esposado en el momento de su detención. *Il Giorno*, en particular, las publicó en cuatricromía, hecho inusual en la época. Parecía imposible, pero durante unas horas decenas de miles de italianos se quedaron con una doble duda: si las Brigadas Rojas habían sido efectivamente liquidadas y, sobre todo, si habían sido dirigidas ¡desde los estudios cinematográficos de Cinecittà!

Por desgracia o por suerte, se trataba de un bulo de la revista satírica *Il Male*, que había impreso y distribuido en los puntos de venta habituales unas 150.000 copias de los falsos periódicos como copias de la revista. En muchos casos, sobre todo en Roma, el efecto de realidad se produjo gracias a la complicidad de los mismos quioscos, que en muchos casos accedieron a exhibir los falsos periódicos como si fueron legítimos, y de los lectores habituales de la revista, que hacían de todo para enseñar disimuladamente las falsas portadas en lugares públicos, propagando los bulos en forma de rumores.

Aunque históricamente no sea el primer ejemplo de *fake* activista “desde abajo”, los falsos periódicos que *Il Male* realizó entre 1979 y 1981¹

----

¹ Los falsos de *Il Male* incluyen decenas de bulos, muchos de ellos estrictamente relacionados con la actualidad, otros con la cultura popular. En una ocasión publicaron la portada del periódico del Partido Comunista anunciando el fin de la alianza con el partido conservador Democracia Cristiana, en el gobierno sin interrupciones desde finales de la 2ª Guerra Mundial. ¡Lástima que ese acuerdo todavía no existía! De hecho se estaba preparando en silencio en los palacios del poder. En otra ocasión despertaron los entusiasmos de la gente (además de sus frustraciones pequeño-burguesas) publicando la noticia de la anulación de la semifinal de los mundiales de fútbol en Argentina, recién ganada por el equipo holandés (¡que iba fumado!), lo cual devolvía al equipo italiano el derecho a participar en la final. *Il Male* publicó también un falso *Trybuna Ludu*, el periódico del Partido Obrero Unificado de la Polonia comunista, en el cual se anunciaban las dimisiones del general Jaruszelski y el nombramiento del Papa Juan Pablo II como nuevo monarca de Polonia. En un arriesgado viaje a través de la cortina de hierro, dos miembros de *Il Male* llegaron hasta Varsovia donde pegaron copias del boletín en la plaza principal justo antes de huir rápidamente hacia Dinamarca. El relato de algunas de estas acciones se encuentra en Sparagna (2000) y en una entrevistas que realicé en 2007 con el mismo Sparagna y dos miembros de *Il Male* y anteriormente de A/Traverso Mario Canale y Angelo Pasquini (la documentación vídeo de la entrevista es todavía inédita).
dan una idea de cómo el engaño y la confusión se pueden convertir en una extraña estrategia de acción comunicativa subversiva por parte de artistas o bien colectivos organizados. *Il Male* era más que una simple revista de sátira y se asemejaba más a un desordenado colectivo de artistas, radicales de buena familia, guionistas con mucho tiempo libre, periodistas sin trabajo, sindicalistas arrepentidos y activistas con ganas de experimentar sin el corset de la línea política. Había surgido del bullicio de una nueva generación de movimientos sociales, cuyo éxito había estallado en torno el año 1977. Si en Londres y Nueva York había sido el año de la explosión del *punk*, en ciudades como Milán, Roma y Bolonia representó el momento álgido de nuevos grupos políticos creativos que, a las reivindicaciones ideológicas clásicas de la izquierda radical, sumaban una capacidad discursiva innovadora, experimentación cultural y, en general, la propuesta de nuevas formas de vida auto-organizadas y anti-jerárquicas.

A medida que la descentralización de la producción y la crisis del petróleo pusieron a los obreros de la cadena de montaje a la defensiva, fueron las mujeres, los estudiantes y los desempleados quienes empezaron a cobrar protagonismo dentro del movimiento. La indignación y la impotencia de la primera generación voluntariamente desempleada era el resultado de un doble rechazo: por un lado, el rechazo del trabajo asalariado como forma de opresión y de control social; y, por el otro, el rechazo hacia la generación de sus padres, cuya adhesión incondicional a la ética del trabajo tras la miseria y la guerra (a la vez mundial y civil) había traído como consecuencia una nueva sociedad basada en el consumo. La nueva composición asociada a la crisis de la militancia no fue sólo un golpe fatal para la ética del compromiso personal y del sacrificio que era constitutiva de los militantes del Partido Comunista y de los grupos revolucionarios marxistas-leninistas, sino que también señalaba un cambio en las expectativas de los movimientos sociales. En particular, las prácticas creativas de quienes quedaban excluidos del salario y de la solidaridad obrera se caracterizaban por el deseo de incidir directamente en lo cotidiano, en lugar de posponer el cambio a un tiempo mítico post-revolucionario. Esa rabia, que iba dirigida tanto hacia la política reaccionaria de los conservadores como hacia la *real politik* de los burócratas del Partido Comunista, había puesto en marcha un proceso de politización inédita en los movimientos estudiantiles y contraculturales. Desde las periferias, nuevas organizaciones (colecti-
vos, comunas, revistas autoproducidas, radios pirata, etc.) se proponían apropiarse de las mercancías y los símbolos del orden constituido. 

Por eso no debe sorprender que las “franjas creativas” del movimiento que estalla en el año 1977 buscasen nuevos lenguajes y formas de participación política: a menudo produjeron formas de teatro y performance de guerrilla, fundaron nuevos medios de comunicación pirata, inventaron estilos y expresiones surrealistas (como por ejemplo el célebre groucho marxismo) y, por supuesto, jugaron a menudo con la ambigüedad. Específicamente, la creación de carteles y periódicos falsos fue una práctica teorizada explícitamente por la revista autoproducida A/Traverso como arma para el conflicto simbólico. Y la teoría también se puso en práctica con una acción coordinada una noche de finales de 1976, cuando las paredes de los edificios de Bolonia fueron empa neladas con cientos de falsos afiches del diario local Il Resto del Carlino. “Información falsa puede producir acontecimientos reales”, afirmaba el manifiesto de A/Traverso:

La contrainformación ha denunciado el falso que el poder produce, allí donde el espejo del lenguaje del poder refleja la realidad de una manera distorsionada. La contrainformación restablece lo que es verdad, pero de una manera puramente reflexiva. Actuando como un espejo. No basta con denunciar el falso del poder (...), hay que tomar el lugar (auto-validado) del poder, hablar con su voz. Emitir signos con la voz y el tono del poder. Pero signos falsos. Produzcamos información falsa que enseñen lo que el poder oculta y que produzcan revuelta contra la fuerza del discurso del orden. Reproduzcamos el juego mágico de la Verdad falsificadora para decir con el lenguaje de los medios de comunicación de masas lo que ellos pretenden evitar a toda costa. Basta un pequeño desplazamiento para que el poder muestre su delirio: Lama [NdT:

2. V. por ejemplo Balestrini & Moroni, 1997; Berardi, 1998; Berardi & Guarneri, 2002.

3. Por ejemplo, los indios metropolitanos, una etiqueta utilizada por unos grupos difusos de activismo creativo, convocaban demostraciones sin asistir a ellas o se burlaban de la jerga política seria, no sólo del gobierno y el Partido Comunista, sino también de las Brigadas Rojas. Cuando en febrero de 1977 el jefe de CGIL, el sindicato ideológicamente cercano al Partido Comunista, trató de pronunciar un discurso en la Universidad de Roma para explicar las medidas de austeridad respaldadas por su sindicato, los indios metropolitanos le contestaron gritando lemas irónicos como “Más trabajo, menos salario”, “Más sacrificios”, “Más chabolas, menos casas”, “Poder a los patrones”, “Queremos más policía”, y así sucesivamente.

el jefe del sindicato comunista dice todos los días que habría que ejecutar a los absentistas. Pero esta verdad del poder se esconde tras una pequeña cortina lingüística. Rompámosla y hagamos decir a Lama lo que realmente piensa. Pero la fuerza del poder está en hablar con el poder de la fuerza. Hagamos decir a las Delegaciones del Gobierno que está bien llevarse carne sin pagar de las carnicerías. (...) La realidad transforma el lenguaje. El lenguaje puede transformar la realidad. (Berardi & Guarneri, 2002:59)

El contexto político y la actualidad eran los ingredientes clave de la teoría activista del fake y lo demuestra precisamente el bulo de la detención del actor Ugo Tognazzi, que produjo efectos inesperados porque llegó en un momento crucial de los acontecimientos históricos. Se acababa de celebrar el juicio llamado “del 7 de abril” donde todos los líderes de los movimientos políticos autónomos, entre ellos el conocido filósofo Antonio Negri, habían sido arrestados y acusados de constituir la cúpula de la Brigadas Rojas. A raíz de la desproporción del juicio y de las miles de personas implicadas, muchos tuvieron la sensación de que se trataba más bien de una caza de brujas contra todo un movimiento generacional, mal visto tanto por la elite al poder, como por los sindicatos y el Partido Comunista. Como cabía esperar, la fuerza represiva (e histórica) del estado provocó una doble paranoia: por un lado, el miedo y la desconfianza entre toda una generación de jóvenes que de alguna forma se había acercado a nuevas formas de agregación cultural y política lejos de las organizaciones tradicionales. Por otro lado, el juicio reflejaba y fortalecía la paranoia de la clase media respecto al terrorismo, una obsesión alimentada por los medios de comunicación vinculados estrechamente a los diferentes sectores de la clase política y que, en realidad, históricamente no hizo sino el juego a los terroristas, que acabaron cobrando un protagonismo que no se correspondía con el apoyo social y político prácticamente inexistente en la sociedad.

El fake de la captura del jefe de las Brigadas Rojas, sencillamente, desconocía. Vincenzo Sparagna, uno de los autores y directores de Il Male, cuenta que el día que salieron los falsos periódicos en una conversación casual con un taxista, éste le confesó desesperado que ya “no entendía nada”: las Brigadas Rojas acababan de matar a un policía en Roma y “¿sabe quién es su jefe? ¡Ugo Tognazzii!”5. Las acciones terroristas que

salpicaron la vida de todo el país a lo largo de los años setenta fueron una manifestación de un gran Otro incomprensible, de una lucha ciega, de una violencia sin esperanza. El falso de Il Male no negó esas obsesiones, sino que funcionó como los espejos de los parques de atracciones: devolvió una imagen distorsionada, ridícula y espantosa al mismo tiempo, exagerándolas hasta el paroxismo para luego acabar en una carcajada, probablemente histórica 6. A diferencia de otros y notables ejemplos como los Yippies en ámbito estrictamente político 7 o artistas como Joey Skaggs y Alan Abel 8, el blanco de las operaciones de Il Male no solían ser los medios de comunicación. En lugar de enfocar sus acciones en los mecanismos de manipulación de la sociedad del espectáculo, Il Male había intuido que, en una época en la que el boca a boca o los comentarios en los bares eran canales importantes para la difusión de las noticias, podía ser interesante abrir otro frente e intervenir directamente en la percepción de los transeúntes y de los lectores distraídos, gracias también a la complicidad difusa de lectores habituales y quiosqueros.

Es fundamental entender que una operación de guerrilla de la comunicación en el momento de su puesta en funcionamiento intenta interceptar temas propios de su contexto y explotar las contradicciones que estos conllevan. En el caso del falso jefe de las Brigadas Rojas, ante la represión, manipulación sistemática y, en última instancia, la auto-censura, el fake se convierte en un mecanismo para retomar la palabra. El engaño, además del mal gusto, la hipérbole y lo absurdo, pueden ser herramientas narrativas para librar un ataque simbólico que devuelva a quienes no tienen acceso a la producción masiva de discurso (los medios de comunicación centralizados) la posibilidad de cuestionar representaciones y expectativas.

Lo que estas operaciones sí tienen en común es tomar como punto de partida lo Real –lo que se considera indiscutible, trasparente, eficaz a la hora de determinar nuestras acciones– para contaminarlo con la ficción, eliminando poco a poco todos los rastros del marco discursivo de la sátira, que la separan de otros géneros narrativos especializados en

6. Según una célebre anécdota nunca confirmada, cuando el mismo Tognazzi fue llamado a declarar en comisaría, demostrando cierta ironía y sentido de lo absurdo en un contexto cierntamente hostil, reivindicó con orgullo el “derecho a la mentira” (o “trola, gilipollez”, según la traducción).
el relato verídico. Como decían los autores de *A/Traverso*, un “pequeño desplazamiento” permitiría hablar con la voz del poder y rasgar aquella sutil cortina lingüística que el Poder utilizaba para ocultar su propia violencia y delirio de control (*Yippies, Il Male*) o los intereses implícitos en la propagación del espectáculo del consumo (*Skaggs, Abel*). El *fake* no era sino un mecanismo para interceptar y hacer aflorar de manera inesperada los miedos, los deseos reprimidos, las fantasías inconfesables, el mandato de un sistema fundamentalmente irresponsable a comportarnos de manera responsable.

**No es falso, es un trastorno** Las hazañas de *Il Male*, así como los bulos de *Skaggs*, los personajes de *Abel* o los rumores y mitos de los *Yippies*, hacen visibles por primera vez algunas de las coordenadas básicas del *fake* en cuanto acción viral llevada a cabo por actores independientes, típicamente con la intención de intervenir en las dinámicas políticas o bien en las dinámicas de la industria del espectáculo. En lugar de observar las numerosas diferencias en cuanto a estrategias adoptadas, invenciones estéticas y contextos culturales, podríamos observar por un momento los elementos que tienen en comunes estas operaciones y que hacen de ellas unos casos emblemáticos tanto en ámbito artístico, como para los movimientos sociales de la época.

Su primera característica es aparentemente paradójica: el aspecto menos importante del *fake* ¡es precisamente la falsificación! Es cierto que al centro de estas operaciones se suelen encontrar engaños, tergiversaciones, indicios ficticios y, sin embargo, la falsificación no es el objetivo final, sino el punto de partida. El *fake* es, pues, una estrategia utilizada por actores sociales (culturalmente) marginales para derrubar barreras comunicativas, haciendo circular fragmentos de información, imágenes y mensajes que de otra manera pasarían desapercibidos o serían rechazados por desinterés o prejuicios. Por eso el *fake* no es un artefacto, sino una operación sobre el contexto.

La confusión producida por el *fake* tampoco es una apropiación pasiva y parasitaria, sino al contrario un sofisticado juego en el cual la imitación (en todas sus formas: suplantación, engaño, plagio, máscaras...) y la invención original son caras inseparables de una misma moneda. Por eso el *fake* no consiste solamente en crear un doble de la realidad, sino un mecanismo espurio que funciona dentro de la “realidad” misma. Se
activa un trabajo invisible de manipulación de aquellos marcos interpretativos fundamentales y en gran medida automáticos, que utilizamos constantemente para ubicarnos en la vida cotidiana: entender una situación, reconocer los actores acreditados para intervenir en ella, producir las expectativas “normales” que dicha situación suele generar. La noción de frame, desarrollada por Erving Goffman en sociología y por George Lakoff en sociolingüística y teoría de la comunicación política, explica el funcionamiento de herramientas automáticas de supervivencia en el caos contradictorio y cambiante de la vida cotidiana. Es por eso que podríamos decir que el cimiento del fake consiste básicamente en un “trastorno del frame”.

Por un lado, evita los marcos demasiado reconocibles, puesto que generan expectativas y estructuras de comprensión que podrían desactivar la fuerza de un mensaje. Por otro lado, hace visibles aquellos marcos que un proceso de progresiva naturalización ha hecho invisibles, y que al tornarse visibles son rechazados y quiebran. El primer vector indica que un objeto en una galería de arte, una broma entre amigos o una performance donde está claramente indicada la línea entre lo que es actuación y lo que no, son fenómenos totalmente irrelevantes porque siguen operando desde el interior de un marco interpretativo reconocible. Aún así, el fake no puede prescindir de los marcos interpretativos, todo lo contrario: como indica el segundo vector, la activación y la consecuente frustración de ciertos marcos discursivos reconocibles es vital para alcanzar su objetivo.

Bajo ciertas circunstancias, suplantar la identidad de un determinado agente social o construir una serie de astutos malentendidos puede, efectivamente, crear un corto circuito en la comprensión de una situación. La fuerza de un frame se halla precisamente en el hecho de que funciona de manera automática, invisible y silenciosa. En cambio la sutil distorsión provocada por el fake crea o fortalece determinadas expectativas que el curso de los acontecimientos acabará quebrando. O que los mismos actores legítimos arrastrados a la fuerza en una situación incómoda se verán obligados a frustrar estrepitosamente para no perder su autoridad, aunque acabarán perdiéndola igualmente precisamente por la necesidad de reafirmar de forma explícita un frame original que surte sus efectos sólo en la medida en que nadie piensa en

él. Es por eso que existe un paralelismo fascinante entre la dinámica de construcción de un frame y el mecanismo ideológico que queda implícito, no solamente en el funcionamiento de la propaganda, sino también en nuestros hábitos cotidianos o incluso en aspectos supuestamente neutros e impersonales como la interacción con la tecnología.

**Medios de masas y fake “clásico”** Entre los años cincuenta y sesenta, en la mayoría de los países del mundo se implantan costosas estructuras de producción y distribución de información, que curiosamente se suelen definir como redes (networks) aunque estén basadas en arquitecturas muy centralizadas. Se trata de sistemas eficientes, capaces de llegar rápidamente a los principales lugares públicos y a la mayoría de hogares gracias a “terminales” asequibles (aparatos radio, televisores, periódicos) y contenidos muy baratos o incluso gratuitos. Esta maquinaria organizada en un centro (arriba) y una red jerárquica (abajo) logró la difusión relativamente homogénea de ideas e imágenes gracias a las enormes economías de escala derivadas de la producción industrial de información y gracias también a su capacidad de repetir mecánicamente los mismos contenidos en miles o millones de terminales particulares.

En una época dominada por las estructuras productivas de la comunicación de masas, el fake en mano de artistas y activistas se convirtió en un instrumento sorprendentemente efectivo para interferir en la propagación de la información, según la lógica centralizada de la industria cultural o la propaganda de la época. La invención de falsas noticias sobre acontecimientos inexistentes (hoaxes), la tergiversación de mensajes mediáticos, la creación de identidades ficticias o, incluso, la suplantación de identidades existentes, se convirtieron en tácticas creativas para confundir tanto a los detentores del poder simbólico, como a los observadores distraídos, provocando en ambos reacciones imposibles de obtener con otras formas de crítica más directa o racional.

La producción de ficciones, desorden simbólico y juego de identidad “desde abajo” entre los años sesenta y principio de los noventa es sorprendentemente numerosa, como demuestran algunas investigaciones de la época10 y, también, este catálogo. Y tampoco deberíamos olvidar otros casos que aquí voy solamente a mencionar, como por ejemplo

los grupos de activistas creativos holandeses de los primeros años sesenta llamados Provos, sucesivamente organizados en un colectivo más pequeño, los Kabouters\(^\text{11}\); los inclasificables experimentos del Suicide Club y sucesivamente de la Cacophony Society en varias ciudades de Estados Unidos entre finales de los setenta y toda la década de los ochenta\(^\text{12}\); o la creación de Laibach, un ambiguo colectivo de “artistas totalitarios” en la Yugoslavia de los primeros años ochenta, que atravesará dos de las décadas más violentas de la historia del país\(^\text{13}\); o la invención de un superhéroe colectivo, Super Barrio Gómez, creado por un grupo de activistas en 1987 a raíz del terremoto que sacudió la Ciudad de México en 1985: un luchador de lucha libre ficticio pero físicamente presente en la lucha por la defensa del derecho a la vivienda y contra la especulación de las élites\(^\text{14}\).

Naturalmente, los ejemplos mencionados se diferencian en muchos aspectos, como por ejemplo los objetivos estratégicos, su estética, su forma de construir la ficción y desvelar el engaño y, por supuesto, su papel en contextos culturales y políticos difícilmente comparables. En algunos casos se trata de operaciones que conectan y se funden con instancias más grandes y complejas; en otros, mantienen un estatus de acontecimiento único e irrepetible, cuya fuerza se propaga no tanto por su capacidad de modificar radicalmente prácticas cotidianas o influir en acontecimientos históricos, sino en cuanto historia mítica y fuente de inspiración en el corto o en el largo plazo. Algunos de estos proyectos atraviesan el campo del arte de forma táctica, otros entran en él sólo en el momento de su documentación o su historización; otros lo usan como trampolín o bien como comunidad de colaboradores y cómplices.

Ahora bien, no hace falta abrir complejas (y tampoco muy entretenidas) discusiones sobre arte y política para notar que incluso las operaciones con motivaciones más claramente estéticas muestran el potencial político de engaños, máscaras y mensajes ambiguos. Y viceversa: veremos que hasta los proyectos con un perfil más activista funcionan gracias a un sofisticado trabajo simbólico y narrativo. Es cierto que la relación del

\(^{11}\) Bogad, 2004.

\(^{12}\) Vale, 2006; Law et al., 2013.

\(^{13}\) Veáanse Monroe, 2005; Skok & Hennig, 2009.

\(^{14}\) La documentación de primera mano sobre la máscara y la ficción colectiva de Super Barrio se encuentra en el archivo video de mi proyecto “The Influencers” (http://theinfluencers.org/superbarrio/)
fake “clásico” en la época de la comunicación de masas con la historia del arte ha sido bastante accidentada\(^{15}\) y de hecho no parece ser un elemento distintivo constante de estas prácticas: Laibach se definen todavía como un grupo de artistas vanguardistas antes que músicos o activistas y Joey Skaggs se define como “artista cuyo medio son los medios”. Por otro lado, los Yippies se consideraron un movimiento político a secas (aunque de nueva generación) e Il Male como unos agitadores culturales surrealistas y, a su manera, revolucionarios. El mismo Alan Abel era considerado un performer inclasificable y guionista outsider. Aún así, estoy convencido de que todos los proyectos mencionados hasta aquí (y los muchos que se podrían añadir) han contribuido a forzar las definiciones establecidas de lo que se puede legítimamente considerar propio del campo artístico y en algunos casos ampliarlas hacia nuevos territorios.

Entonces ¿qué tendrán en común operaciones de “guerrilla de la comunicación” tan distintas? Creo que se pueden dar al menos dos tipos de respuestas a esta pregunta. La primera es, por así decirlo, operativa: los experimentos artísticos y activistas que he mencionado hasta este punto tienen unos rasgos comunes que vislumbran el perfil del fake popular “clásico”: la construcción de narraciones “míticas”; la comprensión del funcionamiento de la maquinaria mediática y el desarrollo de estrategias del bocado envenenado; la sobre-identificación con mecanismos opresivos y la manifestación explícita de deseos reprimidos o normas tácitas; el uso de la ficción descarada; y por último, pero no menos importante, ocupar el lugar de los malos de la situación, sin tener miedo a probables conflictos (al contrario, desarrollando la capacidad de provocarlos o hacerlos visibles cuando son latentes)\(^{16}\). Es interesante notar que estas prácticas emergen en contextos históricos determinados con características comunes mínimas, a la vez que profundas: la

\(^{15}\) De hecho ha sido el emergen del ámbito (muy diverso y hasta contradictorio) del *new media art* en los años noventa lo que provocó nuevo interés en el campo del arte por las acciones de los Yippies, Il Male, Joey Skaggs o Alan Abel, gracias sobretodo al éxito de proyectos como @Tmark, Yes Men, Luther Blissett, Las Agencias y otros más que los mencionaron explícitamente como referentes. Dichos proyectos se desarrollaron en ámbito activista, pero inspiraron también a una nueva generación de artistas y experimentadores. Sin entrar en demasiado detalle, podemos decir que fueron el “arte de los nuevos medios” y la noción híbrida de “medios tácticos” el paraguas bajo el cual antecedentes de la versión artística y activista de la maquinaria mediática encontraron cobijo y legitimidad (para un cuadro más general véanse por ejemplo Garcia & Lovink, 1997; Blais & Ippolito, 2006; Graham & Cook, 2010; Bosma, 2011; Kluitenberg, 2011; Quaranta, 2013, entre otros).

\(^{16}\) He profundizado estos aspectos en Brusadin, 2016.
La prim<ref>era globalización digital: al ataque de una nueva esfera pública</ref>
Entre los primeros años noventa y los primeros años 2000 la difusión de herramientas de creación y comunicación basadas en tecnologías
digitales sienta las bases para una profunda evolución en las formas de pensar, trabajar y organizar la vida. En pocos años los conocimientos, los modelos organizativos, y hasta los valores de las culturas informáticas desbordan el ámbito de la informática y contribuyen a la rápida evolución a gran escala de fenómenos estéticos, relaciones sociales, estructuras económicas. Es especialmente significativa la transformación de la esfera pública, es decir el espacio potencial donde convergen diferentes voces de una comunidad, a veces enfrentándose, a veces volviendo a establecer el vínculo social. El World Wide Web se consolida como medio de comunicación inédito, a la vez individual y de masas, que reta el modelo clásico de la comunicación centralizada de pocos a muchos. Aunque la difusión y uso social de las tecnologías digitales y de red procede de manera desigual a nivel planetario y también en contextos culturalmente homogéneos entre diferentes clases sociales, poco a poco se van difundiendo globalmente nuevos hábitos de consumo de la información, así como nuevos modelos de producción y nuevas formas de cooperación.

El impacto sobre los ámbitos locales y grupos culturales aislados es inmediato: aumenta el alcance de escenas minoritarias, que se hacen más visibles e interconectadas. En general, crecen las posibilidades de conexión entre usuarios, más allá de su esfera social habitual o del ámbito de sus intereses principales. Las conversaciones se extienden y las prácticas creativas se difunden, replican y contaminan. Respecto a un entorno creativo y distributivo centralizado y controlado por guardianes (gatekeepers), en esta fase se empiezan a difuminar muchas fronteras conocidas, entre ella las que separan la industria de la cultura independiente autogestionada. Se extienden los territorios fronterizos entre medios de masas y nuevas fuentes de información, entre autoridades tradicionales y nuevos actores sociales, entre fuentes acreditadas (según los criterios tradicionales) y otras fuentes en proceso de legitimación. En este contexto, la tecnología facilita lo que desde al menos dos décadas se había experimentado de manera artesanal y vanguardista en la cultura apropiacionista y plagiarista: una nueva generación de creadores (tanto en arte como en el activismo) adopta masivamente el remix no solamente como estética, sino como lógica productiva apta para todo tipo de terreno de acción, gracias a herramientas que permiten realizar, con relativamente poco esfuerzo y alta calidad mimética, toda una serie de operaciones que
en la época analógica sólo eran posibles gracias a complicadas formas de plagio creativo. En el nuevo territorio de las redes y sus zonas temporalmente autónomas el espíritu del fake clásico se reproduce casi de manera espontánea en lugares diferentes del espectro de las contraculturas, allí donde se daban los fermentos culturales más innovadores de la época.  

En este panorama destaca un elemento recurrente: en un mundo cada vez más pequeño y conectado, la imaginación colectiva se vuelve terreno de batalla. Para los poderes tradicionales la construcción de universos imaginados, el poder de la seducción, la construcción de marcas siempre ha sido una herramienta estratégica desde el comienzo de la sociedad de la información. Sin embargo, la construcción de mundos se expande ahora al diseño de las ciudades, a los productos financieros y a la gestión del capital inmaterial de los estados. El triunfo de las narraciones no solamente sirve para manipular a ciudadanos y consumidores a través de la propaganda clásica, sino para provocar efectos materiales, como por ejemplo la creación de una “nueva economía” (como ocurrió con la burbuja de las empresas “punto com” entre 1998 y 2001) o inventar nuevas fuentes de financiación pública a través de grandes eventos que hagan de las ciudades un objeto de deseo borroso e irracional en las fantasías de inversores globales.  

Este proceso de manipulación “narrativa” no pasó desapercibido y las nuevas redes de activistas globales tomaron conciencia de la interconexión entre trabajo lingüístico y poderes económicos. Operaciones como las de ®Tmark / The Yes Men, el Digital Hijack de etoy, Nike Ground de 0100101110101101.ORG (en colaboración con Public Netbase) y El Sueño Checo son, cada una a su manera, ejemplos de cómo...

17. En los años noventa hubo contacto y contaminaciones entre ámbitos contiguos como la “nueva” macro-categoría del arte con nuevos medios (en realidad un paraguas muy amplio que cubría prácticas muy distintas), el net.art (que se auto-definió como la última vanguardia del siglo XX, no sin cierta ironía y con pleno consciencia de las ambigüedades del término), el coacervo de experimentos bajo la noción de tactical media y por último los nuevos movimientos sociales globales. En este caldo de cultivo algunas referencias culturales de los primeros años noventa tuvieron una influencia duradera, entre las cuales - desde mi punto de vista y sin ninguna pretensión de ser exhaustivo - hay que mencionar al menos la literatura cyberpunk (Gibson, Sterling, Stephenson), la noción de TAZ de Hakim Bey (1991), los ensayos de Haraway (1985), Dery (1993), Rushkoff (1996), la teoría y práctica de la “desobediencia civil electrónica / disturbio electrónico” del Critical Art Ensemble (1994; 1996) y las culturas hacker y sus espacios (el CCC, los hackmeetings, etc.).
las varias corrientes entremezcladas que han empezado a modificar la composición de clase a escala planetaria expresan una intensa consciencia de los métodos de manipulación de los deseos y una voluntad de intervenir en la creación de mundo imaginarios (Holmes, 2004, traducción mía).

Es curioso porque parecen converger en esta línea las transformaciones de la economía y del trabajo, la reflexión filosófica sobre los nuevos métodos de producción del valor, las intuiciones de los movimientos sociales (vuelvo a citar los Yippies y su uso de las narraciones, los experimentos creativos del movimiento del ’77 en Italia, etc.), además de la irrupción de uno de los temas clásicos de la cultura cyberpunk: la percepción de ser “islas en la red”18 en un mundo que se rige gracias a los potentes efectos activadores o devastadores (según los casos) de formas inéditas de alucinación colectiva. La diferencia es que ya no se trata de un futuro lejano, de una alegoría distópica como el de la célebre película “The Matrix”, sino del desarrollo material de la sociedad contemporánea, en la cual se libra una lucha en torno a relatos que tienen un impacto directo en la producción de los bienes de consumo o en la transformación de las ciudades. En este escenario emerge una clase creativa de artistas y activistas que contaminan y retan la lógica de esta “matriz” realmente existente. Según el teórico y activista Brian Holmes, desde la mitad de los años noventa artistas y activistas a escala global toman consciencia de que hay cada vez más herramientas para protagonizar desde abajo procesos de creación de mundos alternativos a los mundos imaginados por el poder, contra-restándolos o atascándolos momentáneamente. Se ponen en marcha mecanismos de ingeniería inversa del imaginario (reverse imagineering), con el mismo espíritu de los hackers cuando estudian paso a paso los datos de funcionamiento de una máquina para comprender y modificar la lógica de su sistema operativo aún sin tener las claves del código fuente.

Por primera vez en mucho tiempo una nueva generación de artistas y activistas tiene la sensación clarísima de tener entre manos recursos más potentes de quienes ocupan los lugares tradicionales del poder (medios de masas, política, corporaciones, academia…). El espíritu y las

técnicas del *fake* “clásico”, y especialmente las estrategias de sobre-identificación o “imitación excesiva”, encuentran una poderosa caja de resonancia tanto en los procesos de acumulación de capital cultural en la economía inmaterial post-fordista, como en nuevos métodos de apropiación no autorizada de la gramática del lenguaje corporativo. Gracias al conocimiento de las culturas digitales y de los entresijos de la sociedad en red, de la cual ciertas franjas de artistas y activistas se sienten habitantes autóctonos, llevan a cabo complejas operaciones comunicativas en una esfera pública efervescente, donde es posible no solamente tender trampas a los medios, sino también provocar respuestas y tejer alianzas con cientos o miles de desconocidos, fuera de los círculos habituales. Elementos de continuidad se funden con nuevos retos, nuevos ritmos y probablemente un nuevo territorio.

El *trickster* digital y la historia de una transición cultural

Luther Blissett es un seudónimo multiuso que, entre 1994 y 1999, fue adoptado por decenas de personas sin ninguna afiliación más allá del deseo de contribuir a la reputación subversiva de un personaje imaginario, pero capaz de acciones reales. Blissett era el nombre colectivo de una comunidad abierta que en los cinco años de su vida oficial prosperó gracias a rumores, escándalos, burlas a los medios de comunicación, panfletos radicales, extrañas performances colectivas y todo tipo de sabotaje cultural. La idea era muy sencilla y se resumía en el slogan “¡tú también puedes ser Luther Blissett!”.

El núcleo inicial del Proyecto Luther Blissett fue una pequeña red de activistas, periodistas, artistas y estudiantes afincados principalmente en Roma y Bolonia, con importantes nodos en insospechables ciudades de provincia como Viareggio y Údine. En poco tiempo la red se extiende a todo el país y la presencia de Blissett se multiplica en el extranjero (sobre todo en el Reino Unido, en Alemania y en España), donde conecta fácilmente con experiencias precedentes como el neoismo y el *mail art*. A pesar de que su habitat natural estaba entre las franjas de los movimientos sociales y corrientes contraculturales, el origen y naturaleza del fenómeno permanecía envuelta en un velo de misterio. Los textos que circulaban en redes y en fanzines creaban una impenetrable selva de personajes semi-ficticios que hablan de su conexión con Blissett en...
las revueltas populares de países lejanos o en oscuras vanguardias artísticas y otros fenómenos subterráneos.20

El acto fundacional del Proyecto Luther Blissett en 1994 fue, por supuesto, un robo descarado. Hasta entonces el único Luther Blissett conocido en Italia era un futbolista británico de origen jamaicano que once años atrás, en 1983, había sido comprado por el equipo italiano de Milán tras una brillantísima carrera en el equipo inglés del Watford (entonces de propiedad del cantante Elton John) que, en pocos años, había subido de la cuarta a la primera división. Blissett también había sido uno de los pocos jugadores negros de la nacional británica y, probablemente, el primero del campeonato italiano. Sin embargo, su temporada con el Milán fue un absoluto desastre: por su rendimiento y sus fallos clamorosos se había convertido en el ídolo de los simpatizantes de los equipos adversarios y corrían rumores de que había sido contratado por error en lugar de otro compañero de equipo también negro. Las razones exactas de la elección de Blissett como insólito héroe contracultural se desconocen pero el misterio acerca del origen del nombre es en absoluto casual. Al contrario, la espesa cortina de humo y la propagación de información contradictoria fueron elementos clave de la creación de una nueva figura mitológica popular de la sociedad de la información. En la biografía del Blissett original encontramos algunas pistas curiosas. En primer lugar su trayectoria profesional de futbolista, que de héroe en la liga inglesa se había convertido rápidamente en fiasco, un fraude, un anti-héroe. En segundo lugar, la curiosa asociación con la industria del entretenimiento: tras militar en el equipo de una celebridad como Elton John, pasaría al equipo que de allí a muy poco tiempo se convertiría en el buque insignia de la popularidad de otro famoso, el magnate Silvio Berlusconi, quien a principios de los años ochenta había dado el salto desde el sector de la construcción a la televisión, creando una gigantesca corporación dedicada a la publicidad, la producción televisiva, los seguros y las grandes superficies de


20. El error podría ser creíble (y el chiste hacer gracia) sólo gracias al tópico racista de que para un blanco todos los negros se parecen. El rumor naturalmente carecía de fundamento.
distribución. En 1994 –el mismo año en que Berlusconi funda su propio partido político y arrasa en las elecciones nacionales\(^{21}\)– empieza la segunda vida de Luther Blissett.

“En la hipótesis de una guerra de largo recorrido, la guerrilla en la frontera de los bosques es un momento que hay que superar, o mejor integrar”, afirman los teóricos del Luther Blissett Project en un texto publicado en las redes años después, tras la declaración de cumplimiento del plan quinquenal y el suicidio simbólico del héroe:

Las tácticas se deben poder adaptar a nuevas tipologías de terreno. […] El reto se podría definir así: tras las incursiones en contra del castillo, ¿puede el Waldgänger [sic] salir de los matorrales y entrar en la fortaleza enemiga con todo el peso de su leyenda? Es decir, ¿es posible mover al ataque desde el interior de los bastiones de la industria cultural? Es totalmente evidente que […] las dos formas de llevar el conflicto, la guerrilla en los bosques y la salida al descubierto, deben ir juntas, deben complementarse. En el caso del ataque directo o de la infiltración en el campo del adversario, la figura del héroe tiende a deslizar del Waldganger [sic] al trickster” (Blissett, 2000: XXXVIII-XXXIX)

Entre muchos otros motivos, la historia de Luther Blissett es relevante porque es la historia de una transición cultural. Tradicionalmente, las contra-culturas han florecido alrededor de la figura del Waldgänger (literalmente, “el que se va a la foresta”), término que los autores del texto piden prestado del escritor alemán Jünger (1951) para describir el rebelde apartado de la sociedad: el mito de las guerrillas lo refleja, así como todo héroe, máscara o mito que representa una comunidad secreta que habita en los márgenes de la civilización y desde allí prepara sus incursiones para robar los recursos o destrozar el capital simbólico de los poderes fácticos. En cierto sentido, el Luther Blissett Project es la historia de un reto a este modelo: el rebelde y su leyenda abandonan definitivamente la foresta e intentan infiltrarse entre los habitantes del castillo y de las aldeas en los alrededores.

En la tradición antropológica, el trickster es una figura mitica que provoca confusión y tiende trampas, algunas crueles, otras ridículas. En

\(^{21}\) El discurso del nuevo partido de Berlusconi, diseñado a partir de una serie de encuestas realizadas por expertos de mercadotecnia, estaba plagado de consignas y metáforas futbolísticas, a partir del mismo nombre Forza Italia (equivalente a “¡Dale, Italia!”).
los relatos populares de cualquier cultura existen *tricksters*, figuras que no pertenecen al mundo de los dioses y que confunden las categorías habituales de la comunidad de los humanos. Aparecen en momentos inesperados y protagonizan malentendidos, robos con astucia, engaños y bromas, despreocupándose de las consecuencias. El *trickster* es un timador pero, a pesar de no ser un miembro de la comunidad, es una figura respetada porque sus apariciones acaban beneficiando la comunidad de los humanos. Por ejemplo, deja en evidencia a alguien que no era el que parecía o provoca reacciones que permiten ver la solución de un problema aparentemente irresoluble o la salida de una situación estancada. El *trickster* se apropiaba de lo que no es suyo engañando no solamente a los dioses, sino también a una parte de su propia comunidad. Y aun así es una figura sagrada, que provocando una ruptura o un momento de crisis hace manifiesta la voluntad de la cultura de sobrevivir a esa fractura y recomponerse bajo otra forma.

Según el escritor y antropólogo Hyde (1998), el *trickster* es una figura que habita y prospera en las fronteras. Los límites geográficos de una comunidad, entre el espacio poblado y las zonas salvaje, o el momento entre el día y la noche, o bien las distinciones entre las clasificaciones y valores que dan sentido a la vida cotidiana de la comunidad. De todas las categorías sociales la identidad de los miembros de la comunidad es una de las principales, tanto en sociedades individualistas, como en sociedades colectivistas. Viceversa, la identidad del *trickster* siempre es resbaladiza: se manifiesta disimulando las apariencias de otro (en las culturas antiguas animales salvajes) y gracias a eso logra engañar a humanos y dioses. Si hay una línea entre dos valores aceptados en la comunidad, el *trickster* cruza esa línea, la salta, la desplazó: es listo e ingenuo, joven y viejo, bueno y malo, tiene cara pero ningún nombre, o tiene nombre pero aparece bajo semblantes distintos. En otras palabras, el *trickster* es dos cosas a la vez y esta doblez le permite frustrar todo intento de comprensión de sus reales intenciones, retando las leyes y mofándose de sus guardianes. De hecho, como indica Hyde:

> el acto de crear fronteras y el de cruzarlas están relacionados y la mejor manera de describir el *trickster* es decir que su lugar es la frontera, allí es dónde le encontraremos –a veces trazando una raya, a veces atravesándola, a veces borrarándola o moviéndola más allá, pero siempre allí cerca, el dios de los humbrales en todas sus manifestaciones (ibid.)
Así que, sorprendentemente, el *trickster* no solamente salta las fronteras conocidas y confunde por un momento las categorías existentes, sino también establece fronteras donde los humanos no las veíamos o donde había un conflicto latente bajo una apariencia de harmonía. Por ejemplo, la frontera entre “verdad” y “mentira”, entre hechos y ficción.

El *trickster* no es necesariamente una persona, ni una figura determinada, sino una *función potencial* que una sociedad expresa de diferentes maneras y a menudo toma la forma de personaje mítico, protagonista de historias que explican la lógica del funcionamiento de la comunidad misma. El *trickster* es venerado como el creador de la cultura que hizo del mundo un lugar habitable, una función sagrada por su capacidad de romper y reconstruir continuamente los fundamentos de la sociedad es lo que otorga a la sociedad misma la flexibilidad necesaria para sobrevivir. Es el engaño que permite ver el problema antes de que sus consecuencias sean irremediables. En estas consideraciones resuena uno de los principios de la estrategia de acción del Luther Blissett Project: “Separa lo que está unido, une lo que está separado para crear extrañas sensaciones de proximidad y de distancia”\(^{22}\).

Mi hipótesis es que lo que en la metáfora se describe como un movimiento entre dos lugares geográficos distintos (la foresta y la aldea), en la coyuntura de los años noventa y primeros años 2000 corresponde más bien a una transformación de la topografía misma del territorio. El movimiento desde los márgenes de la sociedad es, en realidad, la evolución de la sociedad en red, que acerca lugares antes separados y modifica los senderos que los unen. En la foresta del *Waldgänger* se construyen autopistas y nuevas urbanizaciones de lujo; en la aldea ya no hay ningún castillo para asaltar, los nobles mantienen su control desde lugares difusos y poco visibles. Pero no todo es una derrota. En su fase pionera el World Wide Web, y en general las culturas digitales, permiten tejer nuevas alianzas, si bien efímeras e inestables: las fuentes tradicionales ya no detienen el monopolio de la información, se dispara el uso de seudónimos e identidades provisionales, la copia y el plagio de todo material encontrado en las redes se convierten en la nueva normalidad. En efecto, lo que Blissett en la cita anterior llama “bastiones de la industria cultural” o “fortaleza” de los medios de masas parecen formar...
parte cada vez más de un territorio híbrido, donde las jerarquías tradicionales se difuminan al entrar en contacto con la lógica de las redes. Blissett, así como otros proyectos de aquellos mismos años como etoy o @™ark / The Yes Men, se pueden leer como experimentos política y artísticamente heréticos de transición hacia el territorio ruidoso e instable de una nueva esfera pública en construcción, en la cual las redes, en ausencia de hábitos y normas sólidos, rodean de manera desordenada las jerarquías simbólicas de la sociedad de masas. Quizás se tratara más de una percepción o un deseo, o quizás de una nueva distribución de la desigualdad, pero, por lo menos, fue una percepción compartida que urgió a artistas y activistas a pasar a la acción.

Desde la perspectiva del fake, las acciones de Luther Blissett, etoy, @™ark / The Yes Men y la operación Cesky Sen adoptan y actualizan la lógica de intervención del fake clásico en un territorio en fase de transformación. La lógica narrativa sigue muy parecida: tender trampas, robar la atención de los espectadores (o usuarios), infiltrar la realidad mediada por tecnologías de la comunicación y, gracias a figuras ficticias y acontecimientos inexistentes, ocupar brevemente y con el engaño un lugar incómodo, enseñando el lado obsceno y excesivo de la realidad misma. Pero, en lugar de buscar grietas en el sistema cultural dominante de la comunicación de masas y de la industria del entretenimiento, operan esta vez en una esfera pública más compleja y fragmentada. Sus operaciones se siguen basando en la creación del relato fundamental de una impostura o de la suplantación de una identidad, pero lo que aprenden de la complejidad de las redes –no sólo las redes electrónicas, sino la red como infraestructura material básica de la sociedad– es la necesidad de dar lugar a un proceso “mitopoético”, como diría Blissett: construir micro-relatos, moverse en la “penumbra de las noticias”, utilizar la tecnología para multiplicar su presencia a través de bots o engañando los algoritmos de los primeros (y primitivos) motores de búsqueda.

Cabe recordar que a lo largo de la primera década del siglo XXI, antes de la crisis financiera mundial y de la penetración masiva de las redes “sociales”, se dan varios experimentos artísticos activistas que muestran poco interés por categorías obsoletas como digital/analógico o real/virtual y muestran indicios aún más claros de la transformación en curso del fake. Por ejemplo, el colectivo ImprovEverywhere (Estados Unidos) organizó acciones colectivas, impropiamente definidas
flash mobs, con la colaboración voluntaria de desconocidos, tanto en espacios públicos como comerciales, subvirtiendo sus reglas tácitas y mostrando el potencial de la cooperación y de la inteligencia colectiva, si bien en este caso para fines lúdicos y efímeros. La posibilidad de llevar a cabo acciones sin necesidad de un terreno común previo y con formas de participación distribuida, instantánea o accidental vislumbra la posibilidad de imaginar una suerte de “trickster colectivo”. Otros experimentos —como por ejemplo el proyecto Life Sharing de 0100101110101101.ORG24, el Image Fulgurator de Julius Von Bismarck o la operación Media Reality del colectivo Ztohoven— extendieron de forma más o menos consciente la lógica fundamental del fake desde la suplantación de la identidad humana hacia la suplantación de las máquinas, provocando interferencias en las dinámicas de la participación tecnológicamente mediada que la sociedad actual parece necesitar para poder funcionar25.

El fake en la época de la falsa sinceridad En las conclusiones de su ensayo Hyde plantea una pregunta problemática: ¿es el trickster una figura del pasado? ¿Pertenece a culturas arcaicas que la sociedad contemporánea ha aplastado, separado o esterilizado? “Si el trickster personifica la ambigüedad, si cobra vida cuando se abren nuevos caminos, si ‘roba el fuego’ para inventar nuevas tecnologías, si juega con las fronteras tanto internas como externas, entonces debe encontrarse todavía aquí entre nosotros”26. Esta consideración parece por un momento confundir al mismo autor. ¿No será que el candidato a ser el sucesor natural del trickster tradicional es el estafador? El verdadero “héroe americano encubierto” que “personifica aspectos reales de la cultura americana que no se pueden declarar abiertamente como, por

23. La comparación suenará fuera de lugar pero las acciones de ImprovEverywhere muestran un extraño parentesco con las acciones on line que llevará acabo Anonymous (y también con los performances basados en la técnica del distributed denial of service (DDoS) realizadas por colectivos de hackers y el Electronic Disturbance Theater en los noventa).
24. Life Sharing, lanzado entre 2000 y 2001, consistió en publicar on line un interfaz abierto para consultar una copia de su ordenador personal, incluyendo su propio servidor de correo, involucrando así a decenas de personas en una performance colectiva (sin el consentimiento de los participantes).
ejemplo, hasta qué punto el capitalismo nos permite robar a nuestros vecinos o instituciones como el mercado financiero piden el mismo nivel de confianza que necesitan los estafadores criminales”. América es la nación de nuevos y antiguos migrantes, de las oportunidades y de los oportunistas, de las nuevas tecnologías del espectáculo y de la guerra, de los capitales que mueven ciudades y ríos: si es así –afirma Hyde en 1998– América es la apoteosis de un trickster “pandémico”. Y ya nos podemos imaginar qué opinará el antropólogo veinte años después, en la época de la crisis del estado nacional, de la estafa financiera a escala global, de las redes sociales y del Pokémon Go. Nos encontraríamos entonces en un callejón sin salida porque el trickster estaría en todas partes. Es decir, en ninguna.

En realidad –sostiene Hyde– el cuento del trickster es un cuento sagrado, no existe trickster que no merezca respeto por las enseñanzas colectivas que derivan de sus acciones. Los Navajos contaban las historias de Coyote, el trickster típico de su cultura tradicional, por varias razones. La más obvia era entretener, porque las hazañas de Coyote provocaban risas y permitían pasar el tiempo. A la vez, en esas historias el trickster mostraba que había que respetar algunas reglas: por ejemplo, no repetía nunca el mismo comportamiento más de cuatro veces; dejar de ser humilde traía consecuencias; tenía que respetar su cuerpo, etc. Además el trickster cuando miente, roba o se disfraza no lo hace para sacar ventaja personal. Al contrario, se podría decir que toma muy en serio el mundo en el que se encuentra, aunque sea para subvertirlo y finalmente darle otra forma. Narrar esos cuentos sin la motivación del aprendizaje y sin el ritual casi terapéutico de la narración se consideraba en la cultura Navajo una tergiversación de la historia misma y hasta una ofensa a la comunidad, porque sin valor moral la historia del trickster queda en simple y peligrosa brujería. Así que para buscar la función del trickster en la sociedad contemporánea tendremos que buscar allí donde hoy en día la narración trae consigo imaginación auténtica, producción de sentido, aprendizaje y sentido terapéutico colectivo. No se puede negar que son componentes de la mayoría de las operaciones de los “tricksters digitales”, entre ellos las artistas y activistas de la guerrilla de la comunicación.

¿Es suficiente esta respuesta? Porque si observamos las dinámicas globales del big data y de la economía de la reputación, las identidades rígidas y pautadas en las redes sociales, las infraestructuras de vigilan-
cia masiva, el triunfo de la truthiness nos encontramos realmente ante una epidemia de espejismos, trampas e información falaz. El trickster se encuentra pues ante una compleja paradoja.

En cierto sentido, las redes actuales son territorio ideal para propagar identidades ficticias y noticias difíciles de comprobar. En las grandes plataformas globales nos encontramos a menudo con grandes cantidades de información que no podemos o no estamos interesados en certificar como verdadera, siempre y cuando sea verosímil, confirme nuestros frames mentales o sencillamente sea capaz de seguir estimulando nuestra conexión con otros avatares en la red. Además, el ritmo y las dinámicas de la participación, de la producción colectiva de comentarios, ideas y opiniones, son rápidos y no prevén pausas.

Sin embargo es evidente que es cada vez más difícil llevar a cabo operaciones de fake según los parámetros clásicos. El extraño y controvertido realismo de las redes se basa al menos en parte en la evolución de buscadores modernos y eficientes. La gestión rápida y dinámica de gigantescas bases de datos refleja el proceso de re-centralización de los contenidos de las redes, puesto en marcha a partir de los primeros años 2000 por plataformas que proporcionan servicios, almacenamiento y herramientas de comunidad. Estas plataformas no solamente registran y enlanzan las actividades descentralizadas de millones de usuarios, sino que pugnan por conquistar porciones de público cada vez más grandes, hasta alcanzar situaciones de oligopolio o directamente monopolio. También sabemos que el funcionamiento de las redes en la época de los social media depende estrictamente de la gestión de perfiles de usuario coherentes, estables y cada vez más conectados con un cuerpo humano o de una “cosa” inteligente ubicado en un lugar cartografiado del espacio. Aunque esta necesidad de individuación tenga principalmente razones técnicas y económicas, conlleva evidentemente serias conse-

27. Truthiness es un neologismo acuñado por el actor cómico Stephen Colbert en el primer episodio (17/10/2005) de su famosísimo live show The Colbert Report, en el cual el conductor asume el papel de nuevo conservador radical. En sus palabras la truthiness “es lo que tú quieres que sean los hechos, a diferencia de lo que los hechos son. Lo que sientes que es la respuesta correcta en lugar de lo que es respaldado por la realidad [...] Sí, si lo piensas puede que falten unas cuantas piezas en la justificación de la guerra [contra Iraq]. Pero ¿no tenías la sensación de que sacar a Saddam era lo que había que hacer? ¿No lo sentías justo aquí en las tripas? Porque, damas y caballeros, ¡de aquí viene la verdad! ¡De las tripas!”. El video original es disponible en http://www.cc.com/video-clips/63ite2/the-colbert-report-the-word---truthiness
cuencias políticas: unos aparentemente inocentes mecanismos de construcción de la identidad personal fundamentan la estructura productiva de la economía de las redes, incluida su cara oculta y oscura: los poderosos sistemas de observación, vigilancia y control puestos en marcha por los estados nacionales y por las grandes plataformas comerciales.

Como personas y usuarios que quieren disfrutar de las posibilidades de comunicación y colaboración que otorga la Red (entendida no como mero protocolo técnico, sino meta-estructura de conexión, protocolo social de protocolos técnicos) nos encontramos ante una situación cuando menos contradictoria. Las máquinas fomentan la máxima transparencia, pero la ficción y el engaño no han desaparecido, todo lo contrario: se han vuelto endémicos por las enormes cantidades de información falsa generada por intereses concretos (propaganda, ciberguerra, marketing, etc.) y también la incesante producción de ficción a baja intensidad de la cual nosotras mismas somos responsables: selfies, evidencias, opiniones, confesiones, desahogos se han convertido en la principal ocupación cotidiana de millones de usuarios (y bots), que trabajan incansablemente para un oxímoron: la producción de la sinceridad.

La paradoja se halla en el hecho de que esta ficción consensuada está gestionada por máquinas que sólo entienden nuestra libertad de expresión, así como nuestra capacidad de crear relaciones sociales y productivas, en la medida en que somos individuables y reconocibles a través de perfiles, historiales y cookies. Todo lo que confunde o reta los mecanismos de construcción de identidad, tanto de las personas como de las máquinas, parece destinado a generar fricciones que los algoritmos podrán fácilmente clasificar como ruido de fondo o como spam. Y por tanto filtrarlo de forma automática.

Así que lamento decir que las conclusiones de este ensayo en realidad no concluyen, más bien plantean nuevos interrogantes: ¿en este ambiguo sistema cultural siguen vivos –quizás bajo otros semblantes– la lógica del fake, la guerrilla de la comunicación, las tácticas de sobre-identificación? Mi respuesta es que en una época de nuevas fronteras (y de la lucha violenta y desesperada que están librando los guardianes de las antiguas) el espíritu del trickster debe estar más presente que nunca. Es posible que los ingredientes del fake “clásico” hayan sido fragmentados y centrífugados, pero no han desaparecido: tal vez se hayan difuminado y “colectivizado” en la capacidad creativa de masas de usuarios normalmente sin mucha consciencia de sí. Quizás habrá
que ampliar las nociones habituales de arte y activismo hasta incluir los territorios de las imágenes pobres, los públicos accidentales, y una semiótica que estudie ya no la representación, sino la circulación. Al mismo tiempo el trickster digital ha encontrado un terreno fértil en las múltiples capas de la Red, en las cuales está continuamente complotando para tender trampas a interfaces, protocolos y bases de datos. Experimentos de ficción, confusión y suplantación de datos se están dando en este mismo instante en múltiples lugares del gran sistema híbrido de computación planetaria del cual cuerpos, géneros y máquinas formamos parte. La mezcla de estos factores es explosiva y los resultados a día de hoy impredecibles.

**Bibliografía**


La mentira parece dominar el mundo. Ya en La función política de la mentira moderna (1945) Alexandre Koyré clamaba descorazonado que "jamás se ha mentido tanto como en nuestros días, ni mentido de una manera tan descarada, sistemática y constante". Hannah Arendt en Verdad y política (1967) proseguía sentenciando que "el hombre moderno está impregnado de mentira, respira la mentira, está sometido a la mentira en cada instante de su vida". Y Jean-François Revel en El conocimiento inútil (1988) reconocía en la mentira rango de energía motriz en la historia: "La primera de todas las fuerzas que rigen el mundo es la mentira".

La mentira es ante todo un acto intencional. Para que exista mentira, el elemento fundamental es una doble intención, la intención de falsear y la intención de hacer creer. Sin intencionalidad, sin esa doble intención, no habría mentira sino error. Así, la referencia ontológica, tanto para la mentira como para el error, es la verdad: el compromiso plausible con una exactitud a los hechos. Pero existen muchas categorías de verdad según la verdad se aplique a los diferentes dominios de la vida y mantenga un cierto nivel de crédito en su pulso con esa mentira al acecho. Por ejemplo, en cualquier interpretación de la historia la verdad suele doblegarse al servicio de ideologías y agendas políticas; el historiador apela a la neutralidad pero maneja los documentos como los abogados blanden sus evidencias en un juicio: enfatizando lo que puede beneficiar a su causa y descartando lo que puede perjudicar. Ese clientelismo resulta aun más obvio en la política, hasta el punto que la "verdad política" se antoja a muchos un oxímoron. La política es el escenario más fecundo para la mentira: "Las mentiras siempre han sido consideradas como herramienta necesaria y legítima, no sólo del oficio del político o del demagogo, sino también del oficio del hombre de Estado. ¿Por qué esto es así? ¿Y qué significado tiene, por una parte, en cuanto a la naturaleza y la dignidad del ámbito político, y por otra en
La mentira parece dominar el mundo. Ya en *La función política de la mentira moderna* (1945) Alexandre Koyré clamaba descorazonado que “jamás se ha mentido tanto como en nuestros días, ni mentido de una manera tan descarada, sistemática y constante”. Hannah Arendt en *Verdad y política* (1967) proseguía sentenciando que “el hombre moderno está impregnado de mentira, respira la mentira, está sometido a la mentira en cada instante de su vida”. Y Jean-François Revel en *El conocimiento inútil* (1988) reconocía en la mentira rango de energía motriz en la historia: “La primera de todas las fuerzas que rigen el mundo es la mentira”.

La mentira es ante todo un acto intencional. Para que exista mentira, el elemento fundamental es una doble intención, la intención de falsear y la intención de hacer creer. Sin intencionalidad, sin esa doble intención, no habría mentira sino error. Así, la referencia ontológica, tanto para la mentira como para el error, es la verdad: el compromiso plausible con una exactitud a los hechos. Pero existen muchas categorías de verdad según la verdad se aplique a los diferentes dominios de la vida y mantenga un cierto nivel de crédito en su pulso con esa mentira al acecho. Por ejemplo, en cualquier interpretación de la historia la verdad suele doblegarse al servicio de ideologías y agendas políticas; el historiador apela a la neutralidad pero maneja los documentos como los abogados blanden sus evidencias en un juicio: enfatizando lo que puede beneficiar a su causa y descartando lo que puede perjudicar. Ese clientelismo resulta aun más obvio en la política, hasta el punto que la “verdad política” se antoja a muchos un oxímoron. La política es el escenario más fecundo para la mentira: “Las mentiras siempre han sido consideradas como herramientas necesarias y legítimas, no sólo del oficio del político o del demagogo, sino también del oficio del hombre de Estado. ¿Por qué esto es así? ¿Y qué significado tiene, por una parte, en cuanto a la naturaleza y la dignidad del ámbito político, y por otra en
lo que se refiere a la naturaleza y la dignidad de la verdad y de la buena fe?” (Arendt, 1967). En la política la mentira no se combate con la verdad sino con una mentira mayor.

Frente a la fragilidad de las verdades, la verdad científica es la que goza de mayor prestigio. Se nos presenta como una verdad inmaculada y desinteresada, que debe salir airosa de un sinfín de pruebas de verificación que garantizarán su irrefutabilidad. En la perspectiva que proporciona el tiempo hoy somos conscientes de que la ciencia –entiendámonos, las ciencias naturales– son solo un sistema de verdades provisionales. Pero el valor de esa provisionalidad se fundamenta en métodos racionales y rigurosos de universalidad, experimentación empírica, comparación, comprobación, contraste, replicación y falsabilidad\(^1\), los cuales proporcionan un respetable grado de confianza y credibilidad.

A pesar de eso la ciencia no se ha visto exenta de fraudes y mentiras. Una de las disciplinas donde abundan esos casos es la paleontología, sobre todo cuando el estudio sobre el origen de la vida –y de la vida humana en particular– supuso un conflicto de versiones entre el conocimiento racional y los dogmas religiosos, esto es, entre las teorías evolutivas de Lamarck y Darwin y las teorías creacionistas: unas hablaban de genética, adaptación al entorno y selección natural; las otras efectuaban una lectura literal del relato bíblico. El episodio donde el fraude resultó más flagrante fue sin duda el del llamado Hombre de Piltdown.

Hace 20 millones de años los simios ya poblaban los continentes africano y euroasiático. A mitad del siglo XIX los paleoantropólogos habían descubierto numerosos testimonios fósiles de los homínidos y de algunos neanderales –primeros vestigios de especies humanas no sapiens. Se priorizó a partir de entonces la búsqueda de un “eslabón perdido”, es decir, una especie transicional entre primates superiores y humanos modernos que manifestase una morfología intermedia. En distintos lugares de Asia y África aparecieron restos como el del hombre de Java (o Pithecanthropus) y del hombre de Pekin (o Australopithecus), que satisfacían los requisitos requeridos para ese eslabón. No obstante la comunidad científica occidental, impregnada de indisimulados prejuicios eurocéntricos y racistas, veía con malos ojos que las evidencias

\(^1\) La falsabilidad es un concepto debido a Karl Popper y que establece que una hipótesis científica es incorrecta si constan excepciones que refutan los resultados predichos.
disponibles en ese momento situasen el origen humano fuera de suelo europeo o caucásico. Por eso celebró con aliviado júbilo la fortuita exhumación en el pequeño pueblo inglés de Piltdown de unos vestigios óseos que, esta vez sí, merecían ser considerados como pertenecientes al anhelado “eslabón perdido”. Además de los especímenes “franceses” (Cromagnon) y “alemanes” (Neardenthal), el descubrimiento venía a confirmar que algunos de nuestros antepasados tenían flema británica, tomaban el té a las 5 y entonaban God Save the Queen.

El 18 de diciembre de 1912 el mundo quedó conmocionado con la noticia de que en una pequeña localidad de East Sussex, al sur de Londres, se habían encontrado los restos del progenitor del linaje humano más antiguo del que se tuviera registro. Un obrero había dado con ellos casualmente en 1908 mientras trabajaba en una cantera y los había entregado al arqueólogo aficionado Charles Dawson. El hallazgo se componía de un fragmento de un cráneo (básicamente las placas parietal y temporal), una mandíbula y un diente suelto. Dawson recabó la colaboración del eminente paleontólogo Smith Woodward, del Museo Británico, y tras varios años de investigación ambos convencieron a los especialistas de que se trataba de un antecesor humano que habría vivido al principio de la era glacial hace más de medio millón de años. Poco

Lámina publicada en 1913 por Dawson con detalles de los restos de Piltdown desde diferentes ángulos.

Modelo en yeso de una simulación del cráneo de Piltdown, realizado por Arthur Smith Woodward. Las partes oscuras corresponden a los fragmentos hallados.
antes de su muerte en 1916, Dawson declaró haber encontrado más fragmentos de otro esqueleto, pero nunca llegó a revelar el emplazamiento del segundo yacimiento. El espécimen fue bautizado como *Eoanthropus dawsoni*, haciendo un guiño al nombre de Dawson que fonéticamente podría transcribirse como “hijo del alba” (Dawn-son).

Aunque surgieron dudas sobre la antigüedad y el origen de esos restos, durante cuatro décadas nadie osó desautorizar su autenticidad convencientemente. Por fin, el odontólogo Alvan T. Marston determinó que la mandíbula de ese esqueleto pertenecía a un orangután, el diente suelto a otro tipo de simio y el cráneo a un humano. Y en 1953, tres científicos ingleses Oakley, Weiner y Le Gros Clark, aplicaron la nueva técnica de datación por radiocarbono a los restos de Piltdown y corroboraron incontestablemente que se trataba de un fraude. Alguien había mezclado un cráneo humano con una mandíbula de orangután, siendo tratadas ambas piezas químicamente para darles una apariencia de envejecimiento muy persuasiva. Se barajaron muchas cábalas respecto a la autoría de esta monumental falsificación, y entre los sospechosos se apuntaba, en primer lugar, al propio Dawson, en cuya colección se descubrieron a su muerte numerosas piezas falsas, así como al heterodoxo jesuita Pierre Teilhard de Chardin, estudiante de Teología en Inglaterra en el momento del descubrimiento de Piltdown y que llegó a participar en las excavaciones. El paleontólogo y biólogo evolutivo estadounidense Stephen Jay Gould, prolífico autor y divulgador, publicó en 1979 un estudio sobre la intriga de Piltdown en que atribuía la máxima responsabilidad a Teilhard; según Gould, algunos de los huesos que se encontraron en las fosas de Piltdown provenían de países en los cuales Teilhard había recogido muestras en viajes anteriores. Pero siguen habiendo muchos otros candidatos, como científicos rivales de Woodward (en ese sentido encabeza la lista el profesor William Johnson Sollas) y hasta apuestas pintorescas, como la que señala al periodista y escritor Arthur Conan Doyle, inventor de Sherlock Holmes y proclive a lo sobrenatural.

Pese al tiempo transcurrido todavía hoy persiste el enigma de la autoría del hombre de Piltdown y esa incertidumbre no hace sino incentivar la especulación sobre los posibles propósitos. ¿Fue una broma que se descontroló? ¿Una simple gamberrada? ¿Una trampa deliberada entre paleontólogos? ¿Una acción guiada por sentimientos nacionalistas? ¿O por afán de notoriedad? Que no hubiese indicios de que se persiguiera
la obtención de beneficios económicos induce a pensar que tal vez se trató de un *fake* incipiente: un *protofake*.

No puede decirse lo mismo de otros casos notorios de fósiles fraudulentos. El creciente coleccionismo de fósiles, tanto por parte de instituciones como de particulares, ha generado un mercado muy lucrativo agudizando las tretas de los malhechores y la candidez, o aquiescencia, de los expertos a pesar del intimidatorio precedente de Piltdown. China es hoy mismo el mayor centro mundial de producción de fósiles falsos que luego se comercializan ilegalmente en el mercado internacional. No debe parecernos extraño cuando en China existen poblaciones enteras dedicadas a fabricar reproducciones exactas de obras pictóricas y antigüedades: al parecer disponen de un ejército de copistas que dejarían en ridículo a los famosos cartógrafos del cuento de Borges, aquellos capaces de hacer mapas que coincidían con total exactitud con el territorio mismo. Ese engaño se convierte a menudo en un auto-engaño colectivo a nivel nacional: la prestigiosa revista *Science* (24/12/2010, nº 330) rubricaba las declaraciones del Dr Jiang-Da-yong, paleontólogo de la Universidad de Pekín, denunciando que el 80% de los especímenes de reptiles marinos actualmente presentados en museos chinos “habían sido alterados o recompuestos en diferentes grados de artificialidad”. Los ciudadanos chinos acuden pues a los museos para ser engañados impunemente con quimeras de especies inexistentes.

Elijamos un caso reciente para compararlo con la “conspiración” de Piltdown (algunos medios llegaron efectivamente a referirse a una conspiración) y que mantiene con aquélla la búsqueda del grail que encarnaba el “eslabón perdido” aunque en este caso se trataba del eslabón perdido entre las aves y los dinosaurios terópodos. La historia del Archaeoraptor, que llegó a colarse en las sacrosantas páginas de *National Geographic* en noviembre 1999, es igualmente digna de una novela de suspense. En julio de 1997 en Xiasanjiazi, en la región de Liaoning al este de China, unos granjeros se encontraban excavando unos estratos de pizarra en busca de fósiles para venderlos a los traficantes, cuando consiguieron desenterrar el esqueleto deslavazado de un extraño pájaro dentado que mostraba impresiones de plumas. El fósil se rompió en varios trozos cuando intentaron extraerlo. Cerca se encontraron otros pedazos, incluyendo una cola emplumada así como unas patas. Los granjeros ensamblaron esos fragmentos de la forma que suponían correcta, a sabiendas de que el esqueleto completo sería
más valioso. Lo vendieron en junio de 1998 a un distribuidor anónimo que lo pasó de contrabando a los Estados Unidos (la legislación china considera los hallazgos paleontológicos como patrimonio protegido inenajenable del país). Seguidamente el fósil fue adquirido por 80.000 dólares por el Museo de Dinosaurios de Blanding, Utah, propiedad del matrimonio Stephen y Sylvia Czercas. Estos contactaron con el paleontólogo Phil Currie, quien a su vez informó a la National Geographic Society. Currie aceptó ocuparse del fósil a condición de que fuera devuelto a China una vez concluido el estudio. La National Geographic Society contribuiría con financiación a cambio de reservarse la exclusiva en la gestión del descubrimiento. Como que el museo daba largas a un compromiso para la restitución de lo que consideraban su particular joya de la corona, Currie previno de la situación al Instituto de Paleontología de Vertebrados y Paleoantropología de Pekín que, a cambio de una prórroga, exigieron la participación en el estudio de uno de sus investigadores, el Dr. Xu Xing. Después de numerosos análisis y avatares incluyendo pactos de silencio, chivatazos y chantajes entre los implicados que ponían en juego los intereses de unos y otros, y a pesar incluso de que las revistas Nature y Science rechazaran publicar el estudio, National Geographic decidió contra viento y marea consagrar un reportaje al Archaeoraptor. Muy poco después Currie, Xu y su equipo de expertos concluían de forma inapelable que se trataba de un collage: la parte inferior, la cola y las patas pertenecían a un animal distinto al resto del cuerpo, y el rompecabezas se habría confeccionado con fragmentos auténticos de tres especímenes distintos, identificados con exactitud en los estudios subsiguientes. En junio del 2000 los fósiles regresaron a China y en octubre de ese año National Geographic se vio forzada a enmendar la plana publicando un artículo de rectificación.  

2. El artículo lo firma el veterano periodista Lewis M. Simons. La siguientes líneas pertenecen al párrafo introductorio: “Para Bill Allen, editor de National Geographic, [el Archaeoraptor liaoningensis Sloan] fue un quebradero de cabeza enorme. El pasado noviembre, la revista proclamaba que el descubrimiento del fósil en una empobrecida región del nordeste de China proporcionaba "un eslabón perdido en la compleja cadena que conecta a los dinosaurios con las aves", y se felicitaba de contribuir a financiar la investigación. Dos meses más tarde, cuando resultó que el fósil había sido hábilmente ensamblado con partes de diferentes criaturas, es decir, era un fraude, Allen pasó con rapidez de la sorpresa a la humillación y el enfado. Ver http://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/tras-la-pista-del-archaeoraptor-2_920
94

FAKE más valioso. Lo vendieron en junio de 1998 a un distribuidor anónimo que lo pasó de contrabando a los Estados Unidos (la legislación china considera los hallazgos paleontológicos como patrimonio protegido inenajenable del país). Seguidamente el fósil fue adquirido por 80.000 dólares por el Museo de Dinosaurios de Blanding, Utah, propiedad del matrimonio Stephen y Sylvia Czercas. Estos contactaron con el paleontólogo Phil Currie, quien a su vez informó a la National Geographic Society. Currie aceptó ocuparse del fósil a condición de que fuera devuelto a China una vez concluido el estudio. La National Geographic Society contribuiría con financiación a cambio de reservarse la exclusiva en la gestión del descubrimiento. Como que el museo daba largas a un compromiso para la restitución de lo que consideraban su particular joya de la corona, Currie previno de la situación al Instituto de Paleontología de Vertebrados y Paleoantropología de Pekín que, a cambio de una prórroga, exigieron la participación en el estudio de uno de sus investigadores, el Dr Xu Xing. Después de numerosos análisis y avatares incluyendo pactos de silencio, chivatazos y chantajes entre los implicados que ponían en juego los intereses de unos y otros, y a pesar incluso de que las revistas Nature y Science rechazaran publicar el estudio, National Geographic decidió contra viento y marea consagrar un reportaje al Archaeoraptor. Muy poco después Currie, Xu y su equipo de expertos concluían de forma inapelable que se trataba de un collage: la parte inferior, la cola y las patas pertenecían a un animal distinto al resto del cuerpo, y el rompecabezas se habría confeccionado con fragmentos auténticos de tres especímenes distintos, identificados con exactitud en los estudios subsiguientes. En junio del 2000 los fósiles regresaron a China y en octubre de ese año National Geographic se vio forzada a enmendar la plana publicando un artículo de rectificación.

2. El artículo lo firma el veterano periodista Lewis M. Simons. La siguientes líneas pertenecen al párrafo introductorio: “Para Bill Allen, editor de National Geographic, [el Archaeoraptor liaoningensis Sloan] fue un quebradero de cabeza enorme. El pasado noviembre, la revista proclamaba que el descubrimiento del fósil en una empobrecida región del nordeste de China proporcionaba “un eslabón perdido en la compleja cadena que conecta a los dinosaurios con las aves”, y se felicitaba de contribuir a financiar la investigación. Dos meses más tarde, cuando resultó que el fósil había sido hábilmente ensamblado con partes de diferentes criaturas, es decir, era un fraude, Allen pasó con rapidez de la sorpresa a la humillación y el enfado. Ver http://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/tras-la-pista-del-archaeoraptor-2_920

Metodología del fake “Fake” es un término inglés que se traduciría como falso o falsificación, pero su migración al mundo del arte y del activismo le ha hecho rebasar su perímetro semántico original adquiriendo matices y mandatos particulares que han terminado conformando un género autónomo. El fake se ajusta al sentido de la alocución de “dar gato por liebre”, hacer pasar como verdadero un contenido que es falso, pero su misión esencial no es el engaño o el fraude sino el acto de trasgresión que opone al poder de una autoridad informativa la fuerza de la sospecha y de la crítica. Si la información es poder, el fake aspira a generar un contrapoder. El caso del Archaeoraptor se reduce a un engaño y a un fraude, pero carece de categoría de fake (como género); en cambio el Hombre de Piltdown se presta a la duda ya que quien o quienes perpetraron la impostura podrían, entre otras suposiciones, haber destinado esa bomba de relojería a víctimas hipotéticas como la propia arrogancia de la ciencia o una apelación a mayor prudencia y rigor, o una reducción al absurdo de la injerencia del orgullo patriótico... El anonimato del autor o autores, insisto, permite interpretar como objetivos, casuales o calculados, todos los efectos que finalmente han terminado produciéndose, ya sea directamente o como daños colaterales. Discernir entre fake, fraude y engaño nos obliga a diferenciar todo un
FAKE

bagaje terminológico que involucra en su corazón la distinción entre verdad y mentira con que tuve a bien iniciar este escrito. A riesgo de reduccionismo simplificador pero con propósito de clarificación práctica se podría proponer la siguiente distinción:
-falsedad: no equivalencia entre el discurso y el hecho. Es una propiedad del juicio. Es competencia de la ontología.
-mentira: voluntad consciente de desviar el discurso del hecho. Es una propiedad del discurso. Es competencia del conocimiento.
-engaño: acción consciente para que una mentira sea aceptada por el receptor como verdad. Es una propiedad de la voluntad. Es competencia de la ética.
-impostura: engaño con apariencia de verdad. Es una propiedad de la retórica. Es competencia de la comunicación.
-fraude: es un engaño del que el emisor obtiene un beneficio y el receptor un perjuicio. Es una propiedad de la interacción social. Es competencia de la ley.
-ficción: es algo fingido, simulado. Es un enunciado que tiene que ver con lo imaginado y no con los hechos. Es una propiedad de la experiencia. Es competencia de la epistemología.
-fake: es una ficción impostada, es decir, con apariencia de verdad, que se infiltra en dispositivos de transmisión de la información y se camufla bajo la apariencia de un género familiar y reconocible. Es una estrategia de la creación. Es competencia del arte.

El fake socava los mecanismos de legitimación y veridicción difundiendo informaciones falsas o tergiversadas. Su funcionamiento se basa en una paradoja: por un lado, el fake debería quedar lo más camuflado posible, por otro, debería desencadenar un proceso reactivo donde quede claro que se trata de una información falsa, de un trampa. Un fake que no se descubre es un fake fallido. Tanto el fake como otras técnicas de contrainformación pretenden crear una distancia respecto a las formas y enunciados que nos vienen desde las estructuras de poder cultural, social y políticamente aceptadas. La naturaleza subversiva del fake constituye una posibilidad para intervenir en debates actuales y desacreditar posiciones hegemónicas. En base a ello se podría establecer un decálogo de la metodología en la construcción de un fake, con unas reglas básicas que podrían ser las siguientes:
1- Proponer un argumento plausible: introducir el relato dentro de un contexto que resulte aceptable para el público y que evite suspicacias.

2- Oportunidad en el tiempo y en el lugar: provechar unas circunstancias de pertinencia e idoneidad. No debe existir incoherencia entre el argumento y el momento y el espacio en el que se presenta, al contrario, debe parecer natural y no forzado.

3- Predisposición de la audiencia. Determinar sus niveles de credibilidad/credulidad: es mucho más fácil colar una historia a aquel que está deseando creérsela o le supone un beneficio.

4- Encuadrar el relato en un marco auténtico, reconocible y verificable, que infunda seguridad al receptor y no dispare sus alarmas.

5- Dejar margen a la ambigüedad y al equívoco. Inducir a la audiencia a llenar aquello que se sugiere pero no se dice. Esa dosis de contribución personal genera empatía con el proyecto.

6- Desviarse la atención sobre los puntos conflictivos o inverosímiles hacia otros más plausibles y no objetables: valerse de las técnicas de distracción del ilusionista.

7- Activar los prejuicios del público, sus apriorismos, sus lugares comunes, sus rutinas... Detectar por tanto esos componentes previos y redirigirlos en beneficio del relato.

8- Desimplicarse uno mismo del relato para implicar al receptor. El creador del fake debe desaparecer, camuflarse o minimizar su relación con el relato para permitir enfatizar el efecto sobre el receptor. Se debe mostrar indiferencia y distanciamiento respecto al relato.

9- Aplicar retóricas de persuasión (como las técnicas del charlatán vendedor de crecepelo). Por ejemplo, utilizar una terminología especializada y sofisticada fuera de la comprensión del receptor medio u otros sistemas intimidatorios que dejen al receptor en un estado de vulnerabilidad.

10- Valerse de figuras de autoridad como elementos de legitimización externa. Esas figuras de autoridad pueden ser entidades o personas físicas, y en ambos casos pueden actuar en connivencia con el creador del fake o ser instrumentalizados por éste y actuar de forma inadvertida.

De hecho, todas estas reglas valen igualmente para los timos callejeros, para la persuasión publicitaria o para la propaganda. Parecidas recomendaciones figurarán en cualquier manual del arte de la seducción. Lo que distintivamente prevalece en el fake es el rumbo pedagógico y la
misión profiláctica en la aplicación de todas estas tácticas. Es decir, el propósito es precisamente desenmascarar esas reglas, hacerlas visibles cuando lo habitual es que permanezcan solapadas y nos resulten indetectables. Prevalece en definitiva una actuación deconstructiva sobre los sistemas de transmisión de información y de experiencia.

**La naturaleza como Wunderkammer** Como caso de estudio y ejemplo de aplicación práctica puedo aportar mi proyecto sobre el Hydropithecus, iniciado en 2001. Ese *work in progress* tiene como marco de referencia al Hombre de Piltdown y al Archaeoraptor, y arranca con las sabrosas controversias entre el Creacionismo, para el que, los fósiles sólo constituían los residuos de una colosal paella en el albor de los tiempos –Jorge Wagensberg *dixit*, y el Evolucionismo, para el que los fósiles son como fotos fijas o instantáneas de la película de la vida.\(^3\) O incluso arranca antes, con las tribulaciones de los primeros sabios perplejos ante esos elementos que ostentaban simultáneamente cualidades del reino vegetal, del reino animal y del reino mineral. Hoy todo fósil nos parece una prodigiosa forma de encapsular la vida, igual que la fotografía, y entre ambos procesos sólo difiere la escala temporal: a la geología le lleva millones de años y a la cámara una fracción de segundo.

En el Mesozoico, hace doscientos millones de años, la región francesa de la Provenza que estaba sumergida en un mar profundo, empezó a emerger paulatinamente, por lo que proliferan los registros fósiles de toda clase. Tanto es así que la administración regional instituyó un parque natural en la estribaciones de los Alpes, la *Réserve Géologique de Haute Provence*\(^4\), para preservar justamente ese patrimonio geológico y paleontológico. Para los especialistas, lo más valioso en ese “santuario de la naturaleza” es el conjunto de esqueletos completos únicos en el mundo de especies prehistóricas de sirenios, orden de los mamíferos marinos entre los que figuran en la actualidad el manatí y la vaca marina. La denominación de “sirenio” procede de una anécdota: en la antigüedad los primeros navegantes que avistaron manatíes en lontananza confundieron esas criaturas con las sirenas de la mitología –es de suponer que en la distancia corta cundiría la decepción.

Invitado a desarrollar un proyecto en ese entorno, me propuse aprovecharme del intersticio entre lo real (los sirenios) y la fantasía (las sirenas) introduciendo una especie transicional, otro “eslabón perdido”, cuyos lazos evolutivos eran más deudores de una migración en el orden de lo mítico que de lo biológico. Así nació el hidropiteco, que en griego se traduciría como “mono de agua”, un homínido con una increíble anatomía: su torso de primate no terminaba en dos extremidades posteriores sino en una aleta caudal –igual que las sirenas. El hidropiteco habría vivido en el Mioceno inferior, etapa Burdigaliense, hace unos 18 millones de años, y se emparentaba con la familia formada por el uranopiteco, el dryopiteco, el ramapiteco y el silvapiteco, pero insertando una anomalía entre la línea de primates y la genealogía humana. Lo preocupante era que esa fisura desbarataba la elegancia del diseño darwinista y avivaba la hipótesis de un habitat acuático para la gestación del hombre.

Yacimiento de Tanaron, con un ejemplar de hidropiteco. Panel informativo para el hidropiteco de Tanaron.

---

3. La ciencia puede contemplarse como una constelación de verdades provisionales y el extraño origen de los fósiles propició a lo largo de la historia explicaciones muy exóticas. Un científico inglés coetáneo de Darwin, Philip Henry Gosse, naturalista, paleontólogo y estudioso de la biblia, escribió en 1857 –dos años antes de la publicación de *El origen de las especies*– un libro titulado “*(Omphalos): An Attempt to Untie the Geological Knot*”. En él, Gosse sostenía que Dios creó el mundo exactamente en el año 4004 a.C., incluyendo desde el primer momento el magnífico repertorio de fósiles que conocemos. Dios, en previsión de la curiosidad y la soberbia de los humanos, habría sembrado la tierra de pistas falsas para desorientarnos respecto a nuestro origen, o acaso para evitar que nos neurotizáramos por no tener un pasado. Entonces los fósiles no serían los elegantes vestigios de otros estadios evolutivos, sino puras trampas que permitieran a Dios guardar su gran secreto.

tológico. Para los especialistas, lo más valioso en ese “santuario de la naturaleza” es el conjunto de esqueletos completos únicos en el mundo de especies prehistóricas de sirenios, orden de los mamíferos marinos entre los que figuran en la actualidad el manati y la vaca marina. La denominación de “sirenio” procede de una anécdota: en la antigüedad los primeros navegantes que avistaron manatíes en lontananza confundieron esas criaturas con las sirenas de la mitología –es de suponer que en la distancia corta cundiría la decepción.

Invitado a desarrollar un proyecto en ese entorno, me propuse aprovecharme del intersticio entre lo real (los sirenios) y la fantasía (las sirenas) introduciendo una especie transicional, otro “eslabón perdido”, cuyos lazos evolutivos eran más deudores de una migración en el orden de lo mítico que de lo biológico. Así nació el hidropiteco, que en griego se traduciría como “mono de agua”, un homínido con una increíble anatomía: su torso de primate no terminaba en dos extremidades posteriores sino en una aleta caudal –igual que las sirenas. El hidropiteco habría vivido en el Mioceno inferior, etapa Burdigaliense, hace unos 18 millones de años, y se emparentaba con la familia formada por el uranopiteco, el dryopiteco, el ramapiteco y el silvapiteco, pero insertando una anomalía entre la línea de primates y la genealogía humana. Lo preocupante era que esa fisura desbarataba la elegancia del diseño darwinista y avivaba la hipótesis de un habitat acuático para la gestación del hombre.
Compuse los ejemplares de hidropiteco a base de moldear huesos humanos (extraídos del osario de la catedral de Digne-les-Bains, la capital territorial) y ensamblarlos con huesos de delfín. Las piezas se producían en resina sintética, resistente a la intemperie, teñida del color del estrato calcáreo donde quedarían implantadas; la humedad de la zona recubriría con rapidez la pieza de moho obteniéndose una pátina de apariencia muy genuina. Además los esqueletos de hidropiteco eran colocados en lugares de difícil acceso para los visitantes, que debían contentarse con observarlos desde una cierta distancia. En cada emplazamiento se dispuso una placa informativa, con el mismo grafismo y dispositivo institucional que las placas destinadas a los fósiles auténticos (logos de la reserva, del Ministerio de Cultura, etc.), aunque el texto explicativo contenía algún elemento disonante que debería poner en guardia a los visitantes con las antenas bien orientadas. Además se distribuían folletos –la reserva recibe un cuarto de millón de turistas al año– en los que se ofrecían diferentes circuitos de visita con señalizaciones de las principales atracciones, hidropitecos incluidos. Adicionalmente, en el Musée Gassendi de Digne-les-Bains –un museo de provincias de contenido transversal incluyendo secciones de historia, ciencias naturales, etnografía y arte– se dedicó una sala permanente a los hidropitecos. La museografía de esta sala adopta las características divulgativas propias de las instituciones académicas, con paneles explicativos, vitrinas, videos, fotografías, réplicas de los ejemplares y dioramas.

Portada de la revista Scientific American de junio de 2000, dando cuenta del descubrimiento de los hidropitecos.

Hembra adulta de hidropiteco con una cría.
En esta sala también se proporciona al visitante la historia de los hidropitecos y de su descubrimiento, que funciona como el respaldo narrativo en el cual esas criaturas cobran verosimilitud. Un geólogo local, el padre Jean Fontana, discípulo del eminente Albert de Lapparent, descubrió los esqueletos petrificados en 1947. El hilo argumental continúa con el impacto que produce este descubrimiento tan revolucionario y el temor de las autoridades eclesiásticas, aún con el resquemor por los sucesos de Piltdown, que ordenan al padre Fontana enterrar de nuevo los hallazgos y frenar su divulgación a la espera de un dictamen definitivo de los expertos. Sin comprender el rumbo de los acontecimientos pero obediente a sus superiores, visiblemente frustrado y retirado a sus clases en el Petit Seminaire de Digne, Fontana murió en un extraño accidente de escalada en 1955, ocurrido en una de las paredes verticales de las Gorges de Verdon. Los restos de los hidropitecos permanecieron desde entonces sepultados y olvidados hasta que en 2001, otra vez fortuitamente, aquellas excavaciones paleontológicas vuelven a salir a la luz y se recupera todo el trabajo de investigación del padre Fontana. En su honor esa especie de homínido ha pasado a ser conocida como *Hydropithecus fontanus*.

Las reacciones a mi intervención geológica no se hicieron esperar, y las hubo de todos los colores, incluso actos de vandalismo como expresión violenta “contra la provocación” que el proyecto suponía. Es obvio que hubo también posturas de complicidad, pero es más productivo remitirse a las críticas que abren espacio al debate. Así, el director del Institut Géologique Albert de Lapparent envió una carta de protesta al Musée Gassendi para que me fuera trasladada. Entre ofendido y sarcástico se lamentaba: “Seguramente es un efecto de la edad que mitiga mi sentido del humor, pero no me ha gustado. Entre engaño, panfleto y malicia, es difícil elegir. Hubiese preferido que A.F. Lapparent no se hubiera visto afectado por esas depravaciones. Nos ocurre a menudo tener que batallar contra los integristas de todo pelaje que la toman con la ciencia, los fósiles y los investigadores, pero esta vez es una forma totalmente nueva de difundir la duda y la falsedad... Finalmente les envidio por vivir en un país de abundancia cuyas colectividades locales se prestan a financiar tales charlatadas.” Se podría rebatir diferentes cuestiones pero la de mayor calado es la condena a difundir la duda, que es justamente el objetivo del *fake*. Negarse a dudar significa abrazar el dogma, abrazar verdades absolutas e inmutables, en definitiva, abrazar verdades fosilizadas.
Cuando en otra ocasión fue un grupo de maestros el que se quejó de la confusión que la presencia de los hidropitecos generaba entre sus alumnos, la dirección de la Reserva, algo asustada, publicó un folleto destinado a los docentes que efectuaban visitas guiadas al parque de fósiles con una justificación un tanto condescendiente que empezaba con título de manifiesto: ¡Dudad! Luego se citaba al naturalista italiano Antonio Vallisnieri, quien en el s. XVII, para combatir la impostura y despertar la agudeza de sus estudiantes y de quienes visitaban su gabinete en Padua, mezclaba verdaderas piezas de historia natural con “monstruos” y con piezas artificiales. Se trataba de una apelación al principio de autoridad: la misma ciencia institucionalizada ya había recurrido a esa estrategia. Y después de esa introducción justificadora del método, se pasaba al corpus doctrinal que debía esclarecer la finalidad: “En la sociedad en la que nos encontramos, la información nos llega por numerosos canales, procediendo de numerosas fuentes y destinada a ámbitos muy variados. Esta profusión provoca un entumecimiento del sentido común que nos inhibe a menudo a la hora de interrogarnos sobre la validez de lo que nos es dicho. Este entumecimiento es la puerta abierta a la desinformación y a la manipulación. El sentido común es el último bastión frente a una ciencia y una tecnología cada vez más
deshumanizadas y complejas, y de las que muy pocos dominan las premisas. Sin caer en la paranoia tipo "Expedientes X" sobre los complots mundiales, es muy conveniente cuestionarse constantemente. El filósofo Alain [pseudónimo de Émile-Auguste Chartier] decía: "La duda es la sal del espíritu". ¿Es preciso creer sin titubear a todos esos expertos invitados a la cabecera de nuestro planeta cuando a menudo no hacen sino contradecirse? El objeto de esta presentación en la que los trazos han sido deliberadamente exagerados para evitar que los visitantes cai-gan en la trampa, consiste pues en inducirles a interrogarse e interrogarnos sobre la realidad de los hechos y de las interpretaciones, y sobre su actitud frente al discurso científico o artístico".

Yo hubiese preferido replicar que donde los maestros se quejaban de duda y confusión entorpeciendo su cometido educativo, yo veía en cambio la oportunidad y el estímulo para inducir un pensamiento crítico que no se limitase a la mera transmisión pasiva de datos. Porque más allá de la envoltura de un relato que puede resultar cautivador dentro de los parámetros de la ciencia-ficción, el hidropiteco es ante todo una máquina de transgresión, un artificio que nos confronta con la confu-sión de géneros, con la infiltración de la información y con los sistemas de veridicción. En definitiva, un falso fósil que cual Caballo de Troya contribuye a desfosilizar la verdad.
casos de estudio
CASOS DE ESTUDIO
TÍTULO: Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos

AUTOR: Gobierno nacional socialista alemán: Schutzstaffel(SS) o “Escuadras de defensa”

AÑO: 1944

LUGAR: Campo de concentración de Theresienstadt (Checoslovaquia)

MEDIO: Cine
En 1941, estando Checoslovaquia anexionada a Alemania, las autoridades germanas decidieron utilizar la antigua fortaleza de Terezín (a sesenta kilómetros al norte de Praga) como campo de concentración de los judíos checos y de otros países ocupados de la Europa occidental a la espera de ser deportados a los campos de exterminio ubicados en Polonia. La idea original de las SS era promover Terezín (Theresienstadt, en la nominación nazi) como un campo “modelo” en el que judíos ancianos, héroes de guerra, artistas e individuos con “prestigio público” dieran una imagen de comunidad armoniosa viviendo bajo unas condiciones agradables. Numerosos músicos, compositores, poetas, cineastas, pintores y académicos trabajaron forzados en la realización de obras de propaganda, como mapas, planos y carteles, en los que se difundía una imagen del lugar como si de un balneario se tratara. El objetivo de las autoridades alemanas era rebajar el temor de los prisioneros respecto al proceso de deportación y de engañar al mundo sobre el verdadero objetivo del mismo. Aunque las condiciones del campo eran incomparables a las de los campos de exterminio, 33.430 personas murieron entre sus muros de los cerca de 140.000 prisioneros que pasaron por él. Otros 87.000 prisioneros del campo fueron finalmente deportados al Este en donde murieron asesinados en las cámaras de gas.

A finales de 1943, y a raíz de una visita solicitada por la Cruz Roja Internacional, las SS emprendieron un programa de embellecimiento del campo que fue ejecutado por los propios prisioneros bajo severas amenazas: las calles fueron reparadas, se pintaron los barracones, se labraron huertos y rosales, se plantó césped, se acondicionó un campo de fútbol, y se construyeron un parque infantil, un pabellón musical y una biblioteca. Todo el recinto fue señalizado con placas que indicaban la aparente función de los diferentes espacios: comedor, panadería, biblioteca, escuela, lavandería, sastrería, etc. A fin de dar la impresión de una mayor amplitud espacial, 7.500 prisioneros fueron inmediatamente enviados a Auschwitz.

Tras la visita al campo de la comisión enviada por la Cruz Roja, ésta hizo un informe público favorable.

En el verano de 1944, aprovechando las obras de acicalamiento realizadas, los nazis ordenaron la producción de una película de “estilo documental” sobre Theresienstadt para ser enviada a diversos organismos internacionales. El conocido actor y director de cine alemán, Kurt Gerron, internado en el campo, fue elegido como realizador del film. El equipo de producción incluía también a otros prisioneros: Frantisek Zelenka, arquitecto teatral checo; Jo Spier, caricaturista holandés; y Hans Hofer que haría de ayudante de dirección. Los equipos técnicos y operadores fueron aportados por la empresa checa Aktualita, siendo los camarógrafos Ivan Fric y Cenek Zahradnicek. El guión, producción y
rodaje fue supervisado por Karl Rahm, comandante alemán del campo. La filmación tuvo lugar entre el 16 de agosto y el 11 de septiembre de 1944. El montaje final corrió exclusivamente a cargo de las SS, sin que nadie del equipo de dirección y producción jugara ningún papel en él. Algunas escenas fueron especialmente escenificadas para la película, como por ejemplo, las secuencias de la piscina y del jardín. Otras fueron rodadas fuera del campo. La narración con voz en off, acompañada de música clásica, subrayaba la supuesta libertad de movimientos de los “internos”, la merienda de los niños, las atenciones médicas, las actividades laborales, de jardinería, deportivas y culturales (música, lectura, teatro, conferencias), o la higiene en los barracones y en las duchas, siendo ésta última una de las secuencias más vergonzosas, dado el uso que las duchas tenían en el programa de exterminio nazi. En realidad, ninguna de estas actividades tenía lugar en el día a día del campo. La vida cotidiana siguió siempre condicionada por la miseria, el hambre, la suciedad, la enfermedad, el hacinamiento, un elevadísimo índice de mortalidad y las continuas deportaciones al Este. A partir del 28 de septiembre de 1944, sólo dos semanas después del fin del rodaje, la gran mayoría de los prisioneros de Theresienstadt, incluyendo a casi todos los participantes de la producción del film (Gerron, equipo de dirección, actores, extras) fueron deportados a Auschwitz y gaseados. Muchos prisioneros, aun sabiendo que se trataba de una obra de propaganda, se alegraron de la mejora de sus terribles condiciones de vida. Y sonreían. Especialmente los niños, que en las escenas de reparto de merienda no pueden ocultar su alegría. Esa expresión natural y real en las caras era el objetivo formal del reportaje. Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos es un documento acongojante acerca de cómo la imagen puede contribuir al desarrollo de la perversidad. El documento se convierte en inevitable retrato de unos destinos arrebatados a la historia, pero también en el reflejo de una imagen fílmica que usurpa la memoria y que proyecta fragmentos de espacio y de tiempo falsos, vagando en la sombra de la nada, contaminando el recuerdo de lo real. La ficción perpetrada por los nazis en Theresienstadt representa la bisagra infernal en la que culminaba un proceso de manipulación de los signos de la realidad gracias a la hibridación entre publicidad, propaganda, guerra psicológica y medios de representación y comunicación como el cine, la radio y la fotografía, abriendo así la puerta a un nuevo universo comunicacional regido por la “razón de estado”, por la razón de un “relato” que acabará filtrándose en las narrativas empresariales, políticas y culturales. Theresienstadt es el epitome alcanzado en los totalitarismos fascistas y comunistas, pero también en unas democracias capitalistas cuyo orden se basa en la instauración de imágenes-fétiche
desligadas de lo real. Lo real pasará a coserse en la manipulación y falsificación fotográfica, en la “reconstrucción” de la memoria histórica (véase Lídice, el pueblo checo borrado del mapa y de los archivos por los nazis, o la iglesia de San Agustín, dejada intacta en medio de la completa destrucción del barrio judío de Varsovia, simplemente por ser de estilo “ario”, emponzonoando su percepción histórica futura), y en la fabricación de realidades que acabarán siendo icónicas y ejemplos de realismo informativo (el cormorán hundido en petróleo en la primera Guerra del Golfo, las supuestas armas de destrucción masiva en Irak o las falsas imágenes de ciudadanos “espontáneos” de Bagdad tirando al suelo la estatua de Sadam Husein).

Bibliografía


no es verdad, no es mentira desligadas de lo real. Lo real pasará a coserse en la manipulación y falsificación fotográfica, en la "reconstrucción" de la memoria histórica (véase Lídice, el pueblo checo borrado del mapa y de los archivos por los nazis, o la iglesia de San Agustín, dejada intacta en medio de la completa destrucción del barrio judío de Varsovia, simplemente por ser de estilo "ario", emponzoñando su percepción histórica futura), y en la fabricación de realidades que acabarán siendo icónicas y ejemplos de realismo informativo (el cormorán hundido en petróleo en la primera Guerra del Golfo, las supuestas armas de destrucción masiva en Irak o las falsas imágenes de ciudadanos "espontáneos" de Bagdad tirando al suelo la estatua de Sadam Husein).

Bibliografía

2

TÍTULO: The Floor of Fame (El suelo de la fama)
AUTOR: Carlos Pazos
AÑO: 1978
LUGAR: Centre Georges Pompidou, París
MEDIO: Acción en espacio público

Colección MACBA
Consorcio MACBA. Donación del artista
A mediados de la década de 1970, Carlos Pazos, cuya carrera en el mundo del rock no había cuajado, iniciará una serie de obras en las que jugaba con los estereotipos creados por la cultura de masas a fin de definir el estatus de los nuevos iconos juveniles y su función en la estructura cultural, tradicionalmente dividida entre alta y baja cultura. Este ciclo creativo del artista se conducirá mediante la construcción paródica y performativa de diversas identidades a través de formatos procedentes de la estética de las fotonovelas, la publicidad y los reportajes de famosos de las revistas, los álbumes familiares o los posters promocionales de las películas de Hollywood.

Mediante el uso de alter-egos, sus trabajos presentaban a la figura del artista confundida, mimetizada en la industria de las imágenes propias del *star-system*. Pablo Ramírez señaló en 1994 respecto a aquellas obras: “Ya que a pesar de su juvenil obstinación le ha sido imposible convertirse en una estrella de rock, ¿por qué no aprovechar las posibilidades del arte de los nuevos comportamientos para canalizar su viejo sueño, mediante una compleja impostura?”.

Fue en el marco de la exposición sobre arte conceptual y pintura en Cataluña titulada *Seny i Rauxa* y celebrada en 1977 en el recién inaugurado Centro Pompidou de París, en donde Pazos desplegó la acción *El suelo de la fama* con el objetivo de explorar el cuestionamiento del statu quo del universo artístico mediante el uso de la parodia y el camuflaje. La acción consistió en la aparición del propio artista, elegantemente vestido, en una limusina acompañado de varios guardaespaldas mientras era rodeado a su llegada por una nube de fotógrafos y flashes. Tras ser recibido por el director del Centro y saludar a la multitud aparentemente congregada en la plaza para ver a la estrella, el artista estampaba su mano en una placa conmemorativa dispuesta en el suelo, a la manera de un actor de cine en el Hall of Fame de Los Ángeles. Tras el acto, el artista entraba en el Centro acompañado del director.

Ni que decir tiene que casi nadie conocía a Pazos en París y que el público “real” que por casualidad se encontrara en la plaza pensaría que se trataba de un famoso artista. Aquella acción ironizaba sobre lo que con el tiempo se convertirá en un sensacional motor de la industria global y digital, la *celebrity*, la plataforma sobre la que se elabora la enorme mercadotecnia del arte, la música, el cine, la moda, etc. En *El suelo de la fama* Pazos advertía sobre cómo la cultura ya no se representa mediante los resultados del trabajo cultural, sino mediante los artistas convertidos en objetos, como Dalí o Warhol anticiparan.

**Bibliografía**

Web del artista: [http://www.carlospazos.com](http://www.carlospazos.com)


A mediados de la década de 1970, Carlos Pazos, cuya carrera en el mundo del rock no había cuajado, iniciará una serie de obras en las que jugaba con los estereotipos creados por la cultura de masas a fin de definir el estatus de los nuevos iconos juveniles y su función en la estructura cultural, tradicionalmente dividida entre alta y baja cultura. Este ciclo creativo del artista se conducirá mediante la construcción paródica y performativa de diversas identidades a través de formatos procedentes de la estética de las fotónovelas, la publicidad y los reportajes de famosos de las revistas, los álbumes familiares o los posters promocionales de las películas de Hollywood. Mediante el uso de alter-egos, sus trabajos presentaban a la figura del artista confundida, mimetizada en la industria de las imágenes propias del star-system. Pablo Ramírez señaló en 1994 respecto a aquellas obras: “Ya que a pesar de su juvenil obstinación le ha sido imposible convertirse en una estrella de rock, ¿por qué no aprovechar las posibilidades del arte de los nuevos comportamientos para canalizar su viejo sueño, mediante una compleja impostura?”.

Fue en el marco de la exposición sobre arte conceptual y pintura en Cataluña titulada Seny i Rauxa y celebrada en 1977 en el recién inaugurado Centro Pompidou de París, en donde Pazos desplegó la acción El suelo de la fama con el objetivo de explorar el cuestionamiento del statu quo del universo artístico mediante el uso de la parodia y el camuflaje. La acción consistió en la aparición del propio artista, elegantemente vestido, en una limusina acompañado de varios guardaespaldas mientras era rodeado a su llegada por una nube de fotógrafos y flashes. Tras ser recibido por el director del Centro y saludar a la multitud aparentemente congregada en la plaza para ver a la estrella, el artista estampaba su mano en una placa conmemorativa dispuesta en el suelo, a la manera de un actor de cine en el Hall of Fame de Los Angeles. Tras el acto, el artista entraba en el Centro acompañado del director. Ni que decir tiene que casi nadie conocía a Pazos en París y que el público “real” que por casualidad se encontrara en la plaza pensaría que se trataba de un famoso artista. Aquella acción ironizaba sobre lo que con el tiempo se convertirá en un sensacional motor de la industria global y digital, la celebrity, la plataforma sobre la que se elabora la enorme mercadotecnia del arte, la música, el cine, la moda, etc. En El suelo de la fama Pazos advertía sobre cómo la cultura ya no se representa mediante los resultados del trabajo cultural, sino mediante los artistas convertidos en objetos, como Dalí o Warhol anticiparan.

Bibliografía

Web del artista: http://www.carlospazos.com
VV.AA. Carlos Pazos. No me digas nada, MNCARS, MACBA, ACTAR, Madrid-Barcelona, 2006.
La obra de Guillermo Trujillano siempre ha cuestionado los límites autoimpuestos por las instituciones artísticas en la producción y percepción creativas. Y no porque su intencionalidad sea manifiestamente política, sino porque los procedimientos y emplazamientos de sus obras desbordan las burocracias administrativas y los espacios habitualmente destinados al consumo del arte: ¿Para qué decirle a la gente que algo es “artístico” y perder así la oportunidad de entablar un diálogo o debate con una masa social con poco interés en el arte contemporáneo? A modo de ejemplo, vale recordar la instalación que en 2003 hizo en el centro comercial El Triangle en la Plaça Catalunya de Barcelona, en donde colocó un teléfono público que podía ser utilizado gratuitamente por la gente para llamar donde quisiera, pero bajo el aviso de una condición: la conversación se retransmitría en abierto mediante el sistema de megafonía del centro. La “obra” pretendía proponer una pregunta simple: si tanta importancia se le da a la privacidad en las comunicaciones, ¿por qué ésta desaparece como prioridad cuando surge la gratuidad? Las reacciones, que no fueron pocas, no estuvieron matizadas por ningún relato “estético”, sino por unas pautas de vida social puestas en entredicho “en directo”.

Este apego en la obra de Trujillano por la infiltración en espacios y tiempos no contaminados todavía por presupuestos estéticos se revela con gran fuerza en su trabajo Llévame al museo, papi. En el marco de un proyecto colectivo titulado Hem près la ràdio!, desarrollado en 2006 y 2007 desde el Centre d’Art Santa Mònica de Barcelona, y dedicado a la infiltración y el camuflaje en la radio, Trujillano se dirigió a la cadena TeleTaxi, muy popular en el extrarradio barcelonés. Justo Molinero, su director, rechazó desinteresado la oferta, pero le propuso hacer algo en su canal de televisión, cuya parrilla se había rellenado con programas de videoclip musicales tras la prohibición gubernamental de emitir vídeos “para adultos” en horario de tarde.

Trujillano –músico él mismo– decidió inventarse un autor –Guillermo Imaginario– y un tema musical de singular estilo reguetón-flamenco, y realizar un videoclip que fuera insertado en la secuencia de videoclips habituales de la programación vespertina de la cadena. La idea subyacente era ofrecer una reflexión “camuflada” del décalage (desajuste) social que se produce a la hora de interpretar la baja y la alta cultura, al tiempo que denunciar los dobles raseros que utiliza el poder para patrimonializar ciertas formas culturales mientras se deshace de otras:

“Y yo aquí cantando en la calle,
Yo aquí bailando en la calle,
y los museos vacíos,
no hay quien gestione mi arte.
Las jóvenes promesas
no estamos todo derechas,
vamos encogiditas,
nadie escucha nuestras quejas."

Mediante una pegadiza canción que contraponía las subculturales del flamenco y el regetón con la alta cultura representada por el MACBA, Trujillano propuso a los telespectadores un espacio de debate que hubiera sido imposible celebrar en un museo. Trujillano declaró: “¿A quién habla el artista? ¿a quién le interesa? ¿a cuántos? ¿cuántos cautivados?”

Bibliografía

Web del artista: http://guillermotrujillano.net
YouTube: http://www.youtube.com/watch?v=aV-7G-3ZOSs

Jorge Luis Marzo, “El arte fuera de contexto”, en Mariano Barbieri y Pancho Marchiaro (eds), Buscando señal. Lecturas sobre nuevos hábitos de consumo cultural, Centro Cultural de España, Córdoba (Argentina), 2009, pp. 132-161

TÍTULO: Arte de los medios de comunicación. Happening para un jabali difunto

AUTOR: Eduardo Costa, Raúl Escari, Roberto Jacoby

AÑO: 1966

LUGAR: Buenos Aires (Argentina)

MÉDIO: Prensa

Imagen de la noticia aparecida en el diario de Buenos Aires El Mundo, el 21 de agosto de 1966.

Imagen de la noticia aparecida en la revista Gente, en agosto de 1966.
A mediados de la década de 1960, cada vez más artistas sudamericanos comenzaron a explorar la desmaterialización de la práctica estética como forma de contestación a la neoobjetalización propuesta por el Pop Art procedente de Estados Unidos, y a modo de pensar en nuevos términos el cruce entre vanguardia artística y vanguardia política. Durante esos años, se plantean las primeras experiencias de contrainformación, de comunicación alternativa y de “desinstitucionalización”, que pasarán a formar parte de las agendas intelectuales y artísticas de numerosos colectivos, y cuyo gran botón de muestra fue la experiencia argentina de *Tucumán Arde* realizada en 1968.

En 1966, los artistas argentinos Eduardo Costa, Raúl Escari y Roberto Jacoby redactan y difunden un manifiesto titulado *Un arte de los medios de comunicación*, en el que se afirma: “En una civilización de masas, el público no está en contacto directo con los eventos culturales, sino que se informa de ellos a través de los medios de comunicación. El público masivo no ve, por ejemplo, una exposición, no está presente en un happening o en un partido de fútbol”. Si el arte pop (y algunos happenings) tomaban objetos, temas y técnicas de la cultura masiva, el Arte de los Medios se propone “construir la obra en el interior de dichos medios”, cuya materialidad es “susceptible de ser elaborada estéticamente”.

Para Oscar Masotta, teórico muy cercano al grupo, el Arte de los Medios de masas sería un arte de las mediaciones, puesto que la información masiva supone distancia espacial entre quienes la reciben y la cosa, los objetos, las situaciones o los acontecimientos a los que la información se refiere. Esta nueva estética no constituye únicamente un mensaje sino que permite la inspección de las condiciones que rigen la constitución de todo mensaje. Por todo ello, en opinión de Masotta, aquellas prácticas eran susceptibles de recibir contenidos políticos revolucionarios al volverse impreciso el lugar social del arte, al salir el arte de su encapsulamiento.

Ya en el manifiesto, los tres artistas declaraban que como primera obra se proponían “entregar a la prensa el informe escrito y fotográfico de un happening que no ha ocurrido”. Ese mismo año desarrollan el proyecto. Tras conseguir la complicidad de reconocidos personajes del ambiente cultural bonaerense, se hicieron una serie de fotografías en galerías, bares y viviendas en las que simulaban participar en un happening festivo y caótico. Con estas imágenes, se armó una nota de prensa que describía y documentaba la realización del happening inexistente recurriendo a los lugares comunes de los medios para referirse al género (“participación del público”, “carácter experimental”, etc.). Según la nota, el happening había tenido lugar en la casa de Susana Peña de Sáenz, “erotóloga y galerista” y fue titulado “Participación total”.

Los artistas se reunieron primero con Edmundo Eichelbaum, del diario *El Mundo*, y le explicaron el procedimiento: introducir la nota en un
circuito donde los factores determinados de los resultados no estaban ya del mismo modo bajo el control de los autores. El periodista aceptó colaborar y publicó la primera noticia. Otros periodistas, algunos advertidos de la maniobra por el mismo manifiesto (que se había dado a conocer poco antes), se hicieron eco y la información circuló en distintos medios que ya no estaban al corriente de la ficción. Poco a poco, diversas publicaciones fueron añadiendo matices, “regurgitando” los datos, y transformando la acción en un evento de dimensiones mucho mayores. Los detalles y los comentarios “serios” sobre el evento fueron colados en la prensa con la ayuda de periodistas y críticos de arte amigos. Uno de los muchos comentarios que aparecieron en los medios sobre el no-happening llevaba el título de “Happening para un jabalí difunto”, que acabó siendo adoptado por los artistas como nombre definitivo de proyecto, ya que era el “resultado de la transformación que la pieza sufrió en la cobertura de los medios”. La obra se culminaba cuando aparecieron los desmentidos y aclaraciones de la falsedad de la noticia y las primeras reacciones de público ante la puesta en evidencia del “engaño”, cosa que se produjo pocas semanas después. La obra se convertía así en un comentario sobre su propia materia sensible: el funcionamiento de los sistemas masivos de información.

Para el semiólogo Eliseo Verón, “Happening para un jabalí difunto” abría la posibilidad de una poética política de los mass-media. En su opinión, la problemática del “engaño” remite a la cuestión de la deformación: “El riesgo estaba, precisamente, en que el consumidor asociara la experiencia de Jacoby, Costa y Escari a este problema, interpretando como un caso de ‘engaño’ algo que apuntaba a otra cosa: a tematizar la confianza como un hecho de base de la comunicación […] La realidad de ciertos hechos, que producidos en el escenario social, son después comentados por los medios masivos es, desde el punto de vista de los receptores, una cuestión vacía si no existen canales de contacto con esos hechos, que sean independientes de la información recibida a través de los medios. La realidad del hecho tiende pues a confundirse, en la comunicación masiva, con su representación. Esta es la ‘verdad’ contenida en la transmisión de un hecho imaginario […] La verdad es que las ideologías no han terminado, pero la infraestructura de la comunicación de masas les ha otorgado, sí, un privilegio antes desconocido: las ha dotado de una suerte de transparencia. Las ha vuelto invisibles a los ojos del consumidor”.

Roberto Jacoby volvería a realizar otra infiltración en los medios al año siguiente, en 1967, cuando hizo correr noticias falsas sobre su relación sentimental con la conocida modelo Twiggy.

En 1969, el crítico estadounidense Harold Rosenberg mencionó el no-evento al hacer un inventario de las obras que “comunicaban arte
por medio de documentos”, entre las que citaba las de artistas como Claes Oldenburg, Bruce Nauman y Edward Kienholz: “Producieron un happening que fue descrito en detalle en la prensa pero que nunca tuvo lugar, así su obra de arte consistió en sus propios comunicados de prensa y las entrevistas que resultaron de éstos, y reportajes y comentarios. Dado el estatus mítico que las palabras le dan, el arte no creado es el mito de un mito”.

Momento en que Oscar Masotta susurra una conferencia al oído de Lea Lublin durante el happening. Una de las páginas del reportaje sobre la supuesta relación sentimental de la modelo Twiggy con Roberto Jacoby publicado en la revista Para Ti en 1967.

Bibliografía


Oscar Masotta, Revolución en el arte: pop-art, happenings y arte de los medios en la década del sesenta, Edhasa, Buenos Aires, 2004

Luis Camnitzer, Didáctica de la liberación, CENDEAC, Murcia, 2009.

Fotografías realizadas durante el proceso de producción del aparente happening.
Vista de la exposición *Fauna* en el Museu de Zoologia de Barcelona, 1989.
En la serie fotográfica *Herbarium* (1984), Joan Fontcuberta ya daba cuenta de su interés por la construcción de un relato ficticio mediante el cual cuestionar el papel de la fotografía en el mundo de la ciencia, a partir del principio de que las imágenes deben su credibilidad al respeto a un sistema de signos que las liga al espíritu de lo objetivo y de lo racional. *Herbarium* presentaba una serie fotográfica de plantas inventadas, retratadas a la manera de las taxonomías naturalistas clásicas, de forma que se producía una irónica colisión entre la ficción y la presentación objetiva de la realidad natural, poniendo así de relieve que el valor objetivista de la imagen no recae en ella sino en el relato y en el contexto con los que se arropa.

En 1985, en colaboración con Pere Formiguera, comienza a desarrollar *Fauna*, un proyecto de exposición articulado a través del “descubrimiento” del archivo de un tal profesor Peter Ameisenhaufen, biólogo y naturalista de principios del siglo XX, y de su ayudante Hans von Kubert, quienes habían catalogado extrañas especies animales. Mediante una instalación pluridisciplinar, los autores parodiaban el aparato retórico de los museos de ciencias naturales, con su escenografía de esqueletos y taxidermia, sus vitrinas, sus paneles explicativos y su estética pedagógica. Además de fotografías, el visitante se encontraba con radiografías, dibujos de campo, mapas de viajes, fichas zoológicas, registros sonoros, filmaciones, instrumental de laboratorio, todo ello presentado bajo las estrictos cánones museográficos. Pero todo objetivamente falso y sin que los visitantes fueran advertidos sobre su ficcionalidad.

“¿Qué media entre la certeza y la duda? ¿Por qué concedemos el beneicio de la veracidad a un texto al que atribuimos un carácter periodístico y en cambio estigmatizamos con el estatuto de ficción otro texto, tal vez el mismo, que reconocemos como extraído de una novela?”, se preguntaba Fontcuberta. Al impostar ciertos relatos técnicos y categorías imaginales (museísticas, periodísticas, históricas, científicas) en contextos celebrados como eficaces a fin de transmitir veracidad, *Fauna* planteaba “la otra parte” de la imagen como el centro del actual problema perceptivo, no la imagen misma, devolviendo en parte a lo social lo que ha sido sustraído de la imagen: “Ya no se trata de producir obras sino de prescribir sentidos”, ha declarado Fontcuberta. Para ello, los artistas manejaron los documentos como andamiaje epistemológico, como forma de conocimiento de la condición post-fotográfica de la imagen: “La fotografía nos distrae con su apariencia de descripción mecánica y objetiva que esconde su infinito potencial de invención”.

Cuenta Fontcuberta que un día, mientras la exposición se presentaba en el Museo de Zoología de Barcelona en 1989, un visitante acompañado de su hijo se asomó cuando el pequeño le rebatió los argumentos de autenticidad de lo que estaba expuesto allí. El padre, harto de discutir, exclamó: “Claro que es verdad, esto es un museo”. Fotografía y museo, hacedores de verdad. Para Fontcuberta y Formiguera, el problema de la imagen ya no radica en ella, sino que vive del préstamo del relato que el
medio le imprime. Mediante la dislocación de algunas de las categorías presuntamente adscritas a ciertas imágenes, los artistas perseguían la generación de un cierto malestar, o cómo el propio Fontcuberta manifiesta: “hacer que la fotografía se vuelva furiosa”: “Toda fotografía es una ficción que se presenta como verdadera. Contra lo que nos han inculcado, contra lo que solemos pensar, la fotografía miente siempre, miente por instinto, miente porque su naturaleza no le permite hacer otra cosa. Pero lo importante no es esa mentira inevitable, lo importante es cómo la usa el fotógrafo, a qué intenciones sirve. Lo importante, en suma, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer una dirección ética a su mentira. El buen fotógrafo es el que miente bien la verdad [...]”. La obra de Fontcuberta se inserta en lo que Carrie Lambert-Beatty ha llamado prácticas de “paraficción”, en que a diferencia de la ficción histórica, el relato se vive como real al producirse “mientras se es vivido”. En esta dirección se han movido recientemente numerosos artistas como Iris Häussler, Antoinette LaFarge, Michael Blum, Nicholas Kahn, Richard Selesnick, Beauvais Lyons o Eve Andree Laramee.

Bibliografía

Web del artista: http://www.fontcuberta.com


Vista de la exposición Fauna en el Museo Lazzaro Spallanzani, Reggio Emilia, 2015.

Detalle de una vitrina de la exposición.

Dibujo anatómico de Solenoglypha Polipodida.

Fotografía de un ejemplar de Solenoglypha Polipodida tomada por el profesor Peter Ameisenhaufen el 30 de abril de 1941 al sur de la India.

Imagen tomada durante unos análisis en laboratorio sobre el ejemplar capturado de Solenoglypha Polipodida.
TÍTULO: “The Weirdness Installation”: segundo capítulo de Each & Everyone of You

AUTOR: Donald Goodes y Anne-Marie Léger

AÑO: 1997

LUGAR: Banff Centre for the Arts (Canadá)

MEDIO: Vídeo / TV por cable

Cortesía Dan Goodes y Video Pool Inc., Winnipeg, Canadá
Inspirados en Jon Gnagy, un presentador de televisión de los años 1950 que se hizo muy popular gracias a su programa *America’s Original Television Art Teacher* (El auténtico profesor de arte por televisión de América), en el que enseñaba a realizar paisajes tradicionales en pintura y dibujo, los canadienses Donald Goodes y Anne-Marie Léger concibieron a mediados de la década de 1990 la actualización paródica de la fórmula por medio del arte contemporáneo. El resultado fue *Each & Every One of You* (Todos y cada uno de vosotros) que, bajo el formato de los populares programas de bricolaje, invitaba de forma didáctica a los espectadores a construir sus propias obras de arte moderno. El lema del programa era “Todos vosotros podéis hacer arte contemporáneo”. Los dos capítulos realizados, titulados “Political Accumulation” (1996) y “The Weirdness Installation” (1997), fueron emitidos en un canal canadiense de televisión por cable.

El programa, conducido por el presentador Andy Jenny (el propio Donald Goodes), tenía como premisa conseguir que no pareciera realizado desde los postulados de la práctica profesional del arte, sino que apostara por una lógica mecánica similar a la elaboración de un mueble o de un postre. Se trataría de una simple rutina si se seguían las “Cuatro directrices para el arte de la instalación”: “Adoptar una posición”, “Tomar decisiones estéticas”, “Desarrollar el concepto” y “Hacer la obra”. Manifestó Goodes al respecto: “En el momento en que apareciera un artista con su verborrea y sus abstracciones, la gente cambiaría de canal. La cuestión era presentarlo a través de un presentador que hiciera de gancho; alguien que, como el propio espectador, se riera y pusiera en solfa los secretos y hermetismos del arte moderno”.

Mediante el recurso a un formato televisivo altamente codificado, los autores intentaban transmitir las supuestas esencias del arte contemporáneo utilizando el propio lenguaje cáustico que miles de personas emplean para referirse a producciones artísticas contemporáneas. El resultado no podía ser más irónico: centenares de familias canadienses se ponían a decorar sus casas a imitación de la pieza que el programa explicaba como realizar. El mito de la originalidad, de la autenticidad y de la inspiración quedaba hecho añicos a la vista de una misma obra hecha en serie. Pero, al mismo tiempo, el programa era capaz de explicar con todo lujo de detalles las razones por las cuales las obras se hacían “de esa manera”, y no de otra. El público era invitado a comprender determinadas premisas que habitualmente les eran ninguneadas por el mundo profesional del arte y a percibir una gran paradoja: el arte contemporáneo es profundamente significativo y, a la vez, completamente irrelevante.

En el capítulo que aquí presentamos, titulado “The Weirdness Installation” (La instalación rara), la obra resultante es un esperpento: un gran perro de peluche es destruido en el estudio para insertarle un monitor de televisión en la barriga, en el que se emite la grabación
Inspirados en Jon Gnagy, un presentador de televisión de los años 1950 que se hizo muy popular gracias a su programa America’s Original Television Art Teacher (El auténtico profesor de arte por televisión de América), en el que enseñaba a realizar paisajes tradicionales en pintura y dibujo, los canadienses Donald Goodes y Anne-Marie Léger concibieron a mediados de la década de 1990 la actualización paródica de la fórmula por medio del arte contemporáneo. El resultado fue Each & Every One of You (Todos y cada uno de vosotros) que, bajo el formato de los populares programas de bricolaje, invitaba de forma didáctica a los espectadores a construir sus propias obras de arte moderno. El lema del programa era “Todos vosotros podéis hacer arte contemporáneo”. Los dos capítulos realizados, titulados “Political Accumulation” (1996) y “The Weirdness Installation” (1997), fueron emitidos en un canal canadiense de televisión por cable. El programa, conducido por el presentador Andy Jenny (el propio Donald Goodes), tenía como premisa conseguir que no pareciera realizado desde los postulados de la práctica profesional del arte, sino que apostara por una lógica mecánica similar a la elaboración de un mueble o de un postre. Se trataría de una simple rutina si se seguían las “Cuatro directrices para el arte de la instalación”: “Adoptar una posición”, “Tomar decisiones estéticas”, “Desarrollar el concepto” y “Hacer la obra”. Manifestó Goodes al respecto: “En el momento en que apareciera un artista con su verborrea y sus abstracciones, la gente cambiaría de canal. La cuestión era presentarlo a través de un presentador que hiciese de gancho; alguien que, como el propio espectador, se riera y pusiera en solfa los secretos y hermetismos del arte moderno”.

Mediante el recurso a un formato televisivo altamente codificado, los autores intentaban transmitir las supuestas esencias del arte contemporáneo utilizando el propio lenguaje cáustico que miles de personas emplean para referirse a producciones artísticas contemporáneas. El resultado no podía ser más irónico: centenares de familias canadienses se ponían a decorar sus casas a imitación de la pieza que el programa explicaba como realizar. El mito de la originalidad, de la autenticidad y de la inspiración quedaba hecho añicos a la vista de una misma obra hecha en serie. Pero, al mismo tiempo, el programa era capaz de explicar con todo lujo de detalles las razones por las cuales las obras se hacían “de esa manera”, y no de otra. El público era invitado a comprender determinadas premisas que habitualmente les eran ninguneadas por el mundo profesional del arte y a percibir una gran paradoja: el arte contemporáneo es profundamente significativo y, a la vez, completamente irrelevante.

En el capítulo que aquí presentamos, titulado “The Weirdness Installation” (La instalación rara), la obra resultante es un esperpento: un gran perro de peluche es destruido en el estudio para insertarle un monitor de televisión en la barriga, en el que se emite la grabación de unos gorgoteos de bebé, todo ello rodeado arbitrariamente de pelusa por el suelo. La azafata del programa (Anne-Marie, la propia Anne-Marie Léger) acaba leyendo cartas de fans (ficticios) con consultas y sugerencias, mientras críticos de arte hablan de la obra con un lenguaje incomprensible. Todo ello salpicado con secuencias en las que el público aparentemente llama por teléfono para adquirir ciertas obras de arte en directo mediante un sistema de puja.

Bibliografía
FAKE

La cajas chinas fue un proyecto que exploraba la “autoridad” de los museos en relación a la autenticidad de las obras de arte, y que hurgaba sobre los procedimientos que hacen que estas alcancen la condición de “originales” en un mercado hiperconsumista de imágenes. La idea de sus creadoras, Montse Carreño y Raquel Muñoz, fue encargar en Dafen (China) –un gigantesco cluster comercial dedicado a la reproducción masiva de originales famosos del arte–, la réplica de una serie de obras perdidas durante la Guerra Civil española, y que estaban inventariadas tanto en el Museo del Prado como en el Museu Nacional d’Art de Catalunya (MNAC). Las obras iban firmadas por Joaquim Mir, Isidre Nonell, Mariano Fortuny, Xavier Nogués y Eugenio Lucas. Las artistas, tras un largo proceso de investigación sobre el estilo de los artistas originales, facilitaron información relevante a los copistas chinos para realizar las obras con la factura más plausible. Una vez acabadas, fueron enviadas (al MNAC, finalmente el Prado se descartó) debidamente embaladas y haciéndolas pasar como una devolución anónima. Tras varias horas de excitación de los responsables del museo y de un proceso de autenticación de las mismas, los técnicos confirmaron la inautenticidad de las pinturas.

La primera reacción del museo fue conflictiva, llegando a llamar a la policía ante la sospecha de que se les tendía una trampa, y como reacción ante la natural expectativa de recuperar obras desaparecidas. Las artistas se vieron forzadas a revelar inmediatamente el objetivo del proyecto, el

Copia de Centinela árabe, de Marià Fortuny.
Sin fechar. Óleo sobre tela, 30 x 21 cm.
Número de inventario MNAC: 10690

Copia de Tarde de carnaval, de Eugenio Lucas.
Sin fechar. Óleo sobre tela, 46 x 36 cm.
Número de inventario MNAC: 35547
La cajas chinas fue un proyecto que exploraba la “autoridad” de los museos en relación a la autenticidad de las obras de arte, y que hurgaba sobre los procedimientos que hacen que estas alcancen la condición de “originales” en un mercado hiperconsumista de imágenes. La idea de sus creadoras, Montse Carreño y Raquel Muñoz, fue encargar en Dafen (China) –un gigantesco cluster comercial dedicado a la reproducción masiva de originales famosos del arte–, la réplica de una serie de obras perdidas durante la Guerra Civil española, y que estaban inventariadas tanto en el Museo del Prado como en el Museu Nacional d’Art de Catalunya (MNAC). Las obras iban firmadas por Joaquim Mir, Isidre Nonell, Mariano Fortuny, Xavier Nogués y Eugenio Lucas. Las artistas, tras un largo proceso de investigación sobre el estilo de los artistas originales, facilitaron información relevante a los copistas chinos para realizar las obras con la factura más plausible. Una vez acabadas, fueron enviadas (al MNAC, finalmente el Prado se descartó) debidamente embaladas y haciéndolas pasar como una devolución anónima. Tras varias horas de excitación de los responsables del museo y de un proceso de autenticación de las mismas, los técnicos confirmaron la inautenticidad de las pinturas.

La primera reacción del museo fue conflictiva, llegando a llamar a la policía ante la sospecha de que se les tendía una trampa, y como reacción ante la natural expectativa de recuperar obras desaparecidas. Las artistas se vieron forzadas a revelar inmediatamente el objetivo del proyecto, el

Copia de *Centinela árabe*, de Marià Fortuny.
Sin fechar. Óleo sobre tela, 30 x 21 cm.
Número de inventario MNAC: 10690

Copia de *Tarde de carnaval*, de Eugenio Lucas.
Sin fechar. Óleo sobre tela, 46 x 36 cm.
Número de inventario MNAC: 35547
Copía de *Marina*, de Joaquim Mir, 1899. 
Óleo sobre tela, 78,5 x 74 cm.  
Número de inventario MNAC: 4634

Copía de *Mercado de Olot*, 
de Xavier Nogués, 1936.  
Óleo sobre tela, 40 x 55 cm.  
Número de inventario MNAC: 61622

Copía de *Terraza de casa obrera*,  
de Isidre Nonell, 1890.  
Óleo sobre tela, 84 x 78 cm.  
Número de inventario MNAC: 4653

Registro original del MNAC en el que consta la obra de Joaquim Mir.
de ejecutar un experimento y no el de timar al museo, ante la amenaza de procesos legales contra ellas. Como colofón significativo de todo el proyecto, hay que hacer notar que el MNAC no sabe todavía muy bien cómo gestionar estas pinturas que hoy figuran en sus depósitos: si como falsificaciones o como elementos de un proyecto de arte contemporáneo.

Para Carreño y Muñoz, la razón final del proyecto era “examinar el museo, su ideología y ordenamiento, buscando alguna fisura por la que infiltrarnos y provocar un trasvase: reincorporar en el interior la vida social de sus objetos. Nos cuestionamos la condición de la copia al entrar al dispositivo museal, cómo los objetos ‘enmarcados’ en su interior adquieren significado y valor; objetos banales, ready-mades, facsímiles y falsificaciones. Las instituciones han contenido desde sus orígenes mixtificaciones, que actualmente son exploradas, instrumentalizadas e incorporadas a los discursos museísticos. Las imitaciones chinas de todo tipo de bienes de consumo han pasado, de ser un negocio lucrativo en los circuitos de la piratería, a una estrategia comercial, una cultura basada en la apropiación que privilegiaba la copia por encima del original. Asimilamos las copias chinas para recrear los acontecimientos del pasado y producir un efecto de verosimilitud: un camuflaje para entrar por una brecha del museo”.

Un copista de Dafen mientras replica la obra Mercado de Olot, de Xavier Nogués.

Desembarlaje de la copia de Centinela árabe, de Marià Fortuny.

Bibliografía

http://lascajaschinas.net

Montse Carreño, F(r)acciones con lo real. Las cajas chinas. Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, 2015.
TÍTULO: La balada del valor de uso
AUTOR: Octavi Comeron
AÑO: 2011-2012
LUGAR: Nau Estruch (Sabadell) y Agencia Tributaria
MEDIO: Instalación / Relación epistolar

Artículo 136 de la Ley de IVA de 1992 que regula el Impuesto en los objetos artísticos

Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido

TÍTULO IX.
REGÍMENES ESPECIALES.

CAPÍTULO IV.
RÉGIMEN EPECIAL DE LOS BIENES USADOS, OBJETOS DE ARTE, ANTIGÜEDADES Y OBJETOS DE COLECCIÓN.

Artículo 136. Concepto de bienes usados, objetos de arte, antiguidades y objetos de colección y de sujeto pasivo revendedor.

1. A los efectos de lo dispuesto en esta Ley, se considerarán objetos de arte, antiguidades y objetos de colección y de sujeto pasivo revendedor:

a. Cuadros, collage y cuadros de pequeño tamaño similares, pinturas y dibujos, realizados totalmente a mano por el artista, con excepción de los planos de arquitectura e ingeniería y demás dibujos industriales, comerciales, topográficos o similares, de los artículos manufacturados decorados a mano, de los lienzos pintados para decorados de teatro, fondos de estudio o usos análogos (código NC 9701).

b. Grabados, estampas y litografías originales de tiradas limitadas a 200 ejemplares, en blanco y negro o en color, que procedan directamente de una o varias planchas totalmente ejecutadas a mano por el artista, cualquiera que sea la técnica o la materia empleada, a excepción de los medios mecánicos o fotomecánicos (código NC 9702 00 00).

c. Esculturas originales y estatuas de cualquier materia, siempre que hayan sido realizadas totalmente por el artista, vaciadas de esculturas, de tirada limitada a ocho ejemplares y controlada por el artista o sus derechohabientes (código NC 9703 00 00).

d. Tapicerías (código NC 5800 00 00) y textiles murales (código NC 6304 00 00) tejidos a mano sobre la base de carretas originales realizadas por artistas, a condición de que no haya más de ocho ejemplares de cada uno de ellos.

e. Ejemplares únicos de cerámica, realizados totalmente por el artista y firmados por él.

f. Esmaltes sobre cobre realizados totalmente a mano, con un límite de ocho ejemplares numerados y en los que aparezca la firma del artista o del taller, a excepción de los artículos de bronce, orfebrería y joyería.

g. Fotografías tomadas por el artista y reveladas e impresas por el autor o bajo su control, firmadas y numeradas con un límite de treinta ejemplares en total, sean cuales fueren los formatos y soportes.

2. En ningún caso se aplicará este régimen especial al oro de inversión definido en el artículo 140 de esta Ley.
En *La balada del valor de uso*, Octavi Comeron analizó el imaginario artístico-mercantil del poder, plasmado en la Ley del IVA (Impuesto del Valor Añadido), mediante una instalación que camuflaba una acción posterior. En una primera fase, el artista vendió un automóvil (previamente adquirido por él) a un comprador de arte en el marco de una exposición en una galería, siendo por tanto una obra de arte, estableciendo así – segunda fase– una relación epistolar y documental con el Ministerio de Hacienda sobre la disputa acerca del IVA a aplicar. Según el Estado, el artista debía abonar el IVA habitual aplicado a la venta de cualquier vehículo: según el artista, sólo procedía aplicar el IVA reducido aplicado a la venta de cualquier obra de arte.

El proyecto tenía como punto de partida un gesto simultáneamente económico y estético: la venta por parte del artista de un automóvil de serie bajo la categoría y el régimen fiscal de obra de arte. Con esta acción, que genera un abaratamiento de su coste (aquí el objeto artístico-automóvil viene gravado con un 8% de IVA en lugar del 18% habitual de entonces), se ponía en funcionamiento un proyecto desplegado en diferentes niveles para desarrollar una reflexión sobre el espacio artístico, el valor del objeto de arte, su régimen de propiedad y sus proximidades y distancias con la producción industrial, así como su doble naturaleza de mercancía y conocimiento colectivo, confrontando la reflexión estética y la teoría marxista del valor con la performatividad del sistema jurídico y su definición de arte.

La instalación presentaba un automóvil (un SEAT Leon); libros y documentos de economía, estética y derecho jurídico que remitían al *workshop* que se realizó con la comunidad artística local como complemento del proyecto. Por su parte, el litigio legal con la Agencia Tributaria se inició en 2012 tras el requerimiento oficial de corregir el IVA aplicado a la venta del coche. Comeron respondió a la Agencia que el coche había sido convertido en una “obra de arte”, y que, por consiguiente, no cabía aplicar otro tipo de IVA, dando así pie a un nutrido intercambio epistolar. Comeron, con este proyecto, perseguía asimismo reflejar la ambigüedad jurídica del mundo del arte en relación a lo que el Estado considera objeto estético, y exponer el único criterio por el cual éste fija su posición al respecto, la Ley del IVA de 1992. El fallecimiento del artista en 2013 impidió ver la resolución del caso.

La actual legislación española recoge en la Ley del IVA lo que considera “objeto de arte”, concretamente en su artículo 136. En él, se hace una descripción detallada de todo aquello que puede acogerse al régimen especial de fiscalidad del objeto artístico y que permite que la obra vendida por un artista directamente a un comprador esté gravada con un tipo inferior de IVA (8% en 2011, 10% en la actualidad) en lugar del 18% (hoy 21%) aplicado a las mercancías convencionales. La descripción establece...
Es en aquests termes que està concebuda la utilització del vehicle dins l'obra, una obra que va ser exposada a la sala NauEstrich, de l'Ajuntament de Sabadell entre els mesos de maig i juliol del 2011, que havia obtingut prèviament, l'any 2009, un Ajut de Recerca i Creació per part del Consell Nacional de Cultura de Catalunya (CoNCA) de la Generalitat.

Tot això, tenint igualment en compte que durant el període de l'activitat esmentada, l'artista Octavi Comeron va estar donant d'alta en el règim d'autònoms dins l'epígraf 861 corresponent a l'activitat artística.

DOC. 2. S'aporta material acreditatiu de que el vehicle va formar part de l'exposició artística.

DOC. 3. S'aporta còpia de la factura de compra del vehicle.

Pel que s'exposa,

SOL·DICIT que es tingui per presentat i sigui admès aquest escrit i en virtut del seu contingut, se tingui per complimentat el requeriment efectuat.

Tarragona, a 9 d'octubre de 2012.

Eduard Fermin Partido
Advocat – Col. 2067 ICAT.

no es verdad, no es mentira
siete categorías para clasificar las diversas expresiones del objeto artístico, siguiendo numerosas especificaciones técnicas que no dejan de extrañar por su arbitrariedad. Las pinturas, los collages y los dibujos son arte si se han hecho totalmente a mano, pero no se admiten los dibujos de planos de arquitectura, ni los topográficos ni tampoco los decorados de teatro: las litografías, grabados y estampas, procedentes de planchas ejecutadas por la mano del artista, con una tirada limitada a 200 ejemplares, son objeto de arte, pero quedan excluidas las formas de reproducción por medios fotomecánicos; los vaciados de escultura han de tener una tirada limitada a 8 ejemplares, igual que los esmaltes sobre cobre, los tapices y los textiles murales hechos a partir de cartones originales realizados por artistas, etc. Como señaló Comeron, se trata, en definitiva, de “una concepción de la obra de arte más propia del imaginario artístico del siglo XVIII o XIX que de 1992, cuando fue redactada esta ley todavía vigente”.

Entre los muchos referentes que Comeron utilizó para elaborar este trabajo, cabe destacar a Brancusi, quien en 1927 entabló un pleito con el gobierno de los Estados Unidos, que trataba de gravar la importación de su escultura El pájaro como si se tratara de un objeto industrial y no de una obra de arte.

Vista de la exposición original realizada en la Nau Estruch (Sabadell) en 2011.

Bibliografía


TÍTULO: *IVM Oficina de Gestión*

AUTOR: Isidoro Valcárcel Medina, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco

AÑO: 1994

LUGAR: Galería Fúcares, Madrid

MEDIO: Instalación

*Vista general de la oficina instalada en la Galería Fúcares de Madrid, 1994*

A partir de los años 1970 Isidoro Valcárcel Medina comienza a sustituir las prácticas directamente constructivistas y minimalistas por técnicas situacionistas conducentes a un "arte de participación", a menudo mediante la performance, el accionismo o la intervención en el espacio público. Valcárcel Medina representa un eslabón ineludible en el arte español al conectar la escena conceptual de los años setenta con las propuestas neoconceptuales y "artivistas" que resurgieron a mediados y finales de la década de 1990, tras el boom de la pintura y la escultura de mercado.

Entre el 26 de febrero y el 26 de marzo de 1994, el artista realizó la acción-instalación *IVM Oficina de Gestión*, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco, en la galería Fúcares de Madrid. En aquel espacio, los autores instalaron una oficina en la que se ofrecía al público la gestión de ideas. Los visitantes accedían, en primer lugar, a una antesala en la que eran atendidos por una secretaria para, a continuación, en el caso de que tuvieran alguna diligencia que plantear, entrevistarse con el artista como responsable de la gestoría. La sala fue decorada con mobiliario de oficina y el propio Valcárcel Medina pintó unos cuadros decorativos con los que adornar las paredes.

La *Oficina* dio pie a un extenso informe en el que se recogen los 107 asuntos planteados así como las propuestas y consejos que se dieron a los mismos. Entre algunos de los asuntos consultados por los visitantes figuraban: "Unir a la ficha policial un cúmulo de otras identificaciones"; "Contrato de auto-subvención para creadores", "Manera de conseguir la compra de un piso de determinadas características" (como solución la *Oficina* proponía pegar en las calles un pasquín como reclamo, en el que se lee un poema comercial); "Difusión de las concepciones del indio americano"; ¿Qué hace un pintor tradicional y profesional cuando su galería se fusiona con otra y le pillan entre medias?", "Difundir la obra de un artista fallecido"; "Mantenimiento de dos edificios abandonados"; "Un nuevo modelo de universidad".

El artista escribió al respecto de aquella obra: "Un arte burocrático es lo más insano que pueda imaginarse [...] El arte funcionarial se define por todo aquello que, sean personas o cosas, lo convierte en imagen pura y escueta. La odisea del arte es depender de funcionarios, ya que éstos son los que menos conocen su función (ni la del arte, ni la de ellos como burócratas)". En relación directa con esto, en la *Oficina* se atendieron todo tipo de asuntos, "con tal de que requieran una manipulación de ideas antes que de materiales", quedando excluidos "los temas que implican labores administrativas, burocráticas o puramente informativas", aunque no se descartaba el poder acudir a estas labores en una etapa posterior.
A partir de los años 1970 Isidoro Valcárcel Medina comienza a sustituir las prácticas directamente constructivistas y minimalistas por técnicas situacionistas conducentes a un “arte de participación”, a menudo mediante la performance, el accionismo o la intervención en el espacio público. Valcárcel Medina representa un eslabón ineludible en el arte español al conectar la escena conceptual de los años setenta con las propuestas neoconceptuales y “artivistas” que resurgieron a mediados y finales de la década de 1990, tras el boom de la pintura y la escultura de mercado.

Entre el 26 de febrero y el 26 de marzo de 1994, el artista realizó la acción-instalación *IVM Oficina de Gestión de Ideas*, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco, en la galería Fúcares de Madrid. En aquel espacio, los autores instalaron una oficina en la que se ofrecía al público la gestión de ideas. Los visitantes accedían, en primer lugar, a una antesala en la que eran atendidos por una secretaria para, a continuación, en el caso de que tuvieran alguna diligencia que plantear, entrevistarse con el artista como responsable de la gestoría. La sala fue decorada con mobiliario de oficina y el propio Valcárcel Medina pintó unos cuadros decorativos con los que adornar las paredes.

La *Oficina* dio pie a un extenso informe en el que se recogen los 107 asuntos planteados así como las propuestas y consejos que se dieron a las mismos. Entre algunos de los asuntos consultados por los visitantes figuraban: “Unir a la ficha policial un cúmulo de otras identificaciones”; “Contrato de auto-subvención para creadores”, “Manera de conseguir la compra de un piso de determinadas características” (como solución la *Oficina* proponía pegar en las calles un pasquín como reclamo, en el que se lee un poema comercial); “Difusión de las concepciones del indio americano”; ¿Qué hace un pintor tradicional y profesional cuando su galería se fusiona con otra y le pillan entre medias?”, “Difundir la obra de un artista fallecido”; “Mantenimiento de dos edificios abandonados”; “Un nuevo modelo de universidad”.

El artista escribió al respecto de aquella obra: “Un arte burocrático es lo más insano que pueda imaginarse [...] El arte funcionarial se define por todo aquello que, sean personas o cosas, lo convierte en imagen pura y escueta. La odisea del arte es depender de funcionarios, ya que éstos son los que menos conocen su función (ni la del arte, ni la de ellos como burócratas)”. En relación directa con esto, en la Oficina se atendieron todo tipo de asuntos, “con tal de que requieran una manipulación de ideas antes que de materiales”, quedando excluidos “los temas que implican labores administrativas, burocráticas o puramente informativas”, aunque no se descartaba el poder acudir a estas labores en una etapa posterior.
FAKE

Diversas páginas del informe final con propuestas y consejos. Si bien no funcionaba como un ficción oculta, Oficina de Gestión de Ideas tomaba prestados instrumentos de camuflaje (el lenguaje legalista, la apariencia funcionalista) a fin de desestetizar la experiencia con el objetivo de remediar o desmediar el sentido y orientación de las relaciones sociales y políticas cuando éstas son impulsadas por el arte.
Si bien no funcionaba como un ficción oculta, Oficina de Gestión de Ideas tomaba prestados instrumentos de camuflaje (el lenguaje legalista, la apariencia funcionalista) a fin de desestetizar la experiencia con el objetivo de re-mediar o des-mediar el sentido y orientación de las relaciones sociales y políticas cuando éstas son impulsadas por el arte.
su rigidez.
Por último, y para los momentos en que el propietario no quiere o no puede proceder a guardarla en su receptáculo, la bolsa es adherible a la zona de la vestimenta de su dueño en que éste lleve el maño, dando lugar a un apéndice adicional nada molesto.
La composición del material permite hasta 25 lavados, garantizando así su limpieza, aparte de que es repelente para gorgojos y partículas de polvo, en general.
Se puede planificar, además (y se está ya estudiando con vistas a un futuro inmediato), un modelo compartimentable. Esto no es difícil, sino solamente de manejo más complejo.

x ASUNTO NO 31: Sugerencias sobre una acción realizada por el proponente.

PROPONENTE: Francisco-Javier Lobato.

MEMORIA: El interesado plantea que su modo de transmitir ideas no es el adecuado, sobre todo para con las personas que colaboran en su trabajo. En éste utiliza, aparte de esos colaboradores, TV, video, textos, músicas, acción en vivo; en fin, una expresión multimedia. Concretamente, en la obra comentada intervierten: una imagen femenina que salta unas palabras a través de la pantalla; otras tres mujeres que, con la espalda desnuda y vuelta al público, hacen sonar instrumentos de percusión; el propio autor, que realizaba un ritual a la luz de unas velas y que pretendía, con él, estimular a las que tocaban la percusión.; todo ello para transmitir un mensaje sobre la destrucción a que se somete la tierra.
Las sugerencias de I.V.M., lógicamente para quien conoce la trayectoria de su director, es apoyar por otros medios y otro lenguaje, más escuchos. Pensamos que basta con que una persona diga lo que tiene que decir.

PROPIETRA: Nuestra sugerencia es que el autor repita la acción eliminando: las velas, por supuesto, ya que existe la luz eléctrica; las tres mujeres y su desnudo, ya que hay muy bellos vestidos para ellas; los instrumentos de percusión, ya que la radio tiene programas muy buenos; el vídeo, ya que sale en todas las acciones multimedia y unimedia; el mensaje por el autor transmitido y la voz que lo transmite, ya que en la simple acción debe estar el mensaje; al ritmo, en fin, porque es seguro que cualquiera de las religiones al uso lo tiene más espectacular y convincente.
En decir, proponemos la repetición de la actuación sin nada de lo utilizado en la anterior, sólo con el autor solo sin simbolismos ni declaraciones expresas.

x ASUNTO NO 32: Darse a conocer entre las galerías.

PROPONENTE: Héctor Ledesma.

MEMORIA: Evidentemente, éste no es un asunto que nos interese como
proponente ha dirigido una carta a un medio de comunicación (ver texto en página 2). El problema, curiosamente, se ha agudizado en el sentido que previa nuestra cliente: la publicación de la noticia en la prensa japonesa (ver recorte de prensa en página A.1). En I.Y.M. hemos optado, para ampliar el eco de la protesta, por diseñar y difundir un paquete.

**PROMOCIÓN:**
(Ver página B.1)

**ASUNTO Nº 71:** ¿Cómo mantener una postura en contra del ámbito del Arte y, sin embargo, desarrollar una actividad dentro de él?

**PROPIETARIO:** Rafael Doctor.

**MEMORIA:** Esta persona, al igual que hacemos en la Oficina, distingue claramente entre el Arte, sin más, y el Arte, redacto del prestigio y la profesionalidad. Su idea, diáfana, no impide que se plantee la lucha que, en el fondo, hay que mantener para, permaneciendo en él, saber que el mundo del Arte institucionalizado no será nunca "su" mundo.

**PROPIETARIO:** A pesar de lo expuesto en la memoria, no cabe olvidar que la distinción entre los dos ámbitos descritos es obvia y no induce a confusión. Lo que se necesita es, tan sólo, la puesta a punto adecuada en cada uno de ellos.

Es precisamente cuando se desarrolla la actividad en el medio artístico establecido (intrigante, mercantilista y medrador) cuando se puede:

a) hacer una labor que valga de ejemplo;
b) apoyar las actitudes responsables que en él, indudablemente, se presentan;
c) tener la clara referencia de lo que no hay que hacer;
d) contar, por oposición, con el estímulo necesario para actuar del modo elegido.

Cuando se elige algo no quiere decir que se es un falso a los falsos de ese algo... Cuando la distancia es abismal (como en este caso), tendríamos más clara la realidad del abismo y más fácil salvarlo.

La verdad es que no hay que hacer nada; basta con estar donde uno quiere.

Repitiendo, pues, el tema: ¿cómo mantener una postura en contra del ámbito del Arte y, sin embargo, desarrollar una actividad dentro de él?... resulta que esa actividad consiste en poner en evidencia lo que reprochamos. Creemos que las acusaciones de colaboracionismo son para los que callan y sostengan, no para los que hablan y reclaman.

**ASUNTO Nº 72:** Método seguro para tener ideas artísticas.

**PROPIETARIO:** Ian Wallace.
X ASUNTO Nº 90: “Plan para salvar la cara después de haber sido un político profesional”.

PROponente: Príncipe: anónimo. Después: José-Luis Sánchez.

MEMORIA: El cliente oculta su nombre en la propuesta, llegada por fax desde un número del que nos dió que pertenece a “una amiga al localizable” y escrita con un grafismo impersonal. En el mismo mensaje, enumera las posibles salidas: hacernos monje, mandigo, profesor... “para volver a la vida normal”.

En I.V.M., poco amigos de las compliciones, optamos por sugerirle un recurso fácil.

PROYECTO: Se le envió un fax con este texto: “Para volver a la vida normal, dé usted su nombre, sensillamente”.

El interesado contestó al día siguiente: “Mi nombre es José Luis Sánchez”.

(Resta persona, desde luego, reunite todos los requisitos para ser normal).

X ASUNTO Nº 91: Difusión de las concepciones del indio americano.

PROponente: Mario Guitera Oliu.

MEMORIA: La comunidade manifiesta haber trabajado antes por medio de materiales, pero ahora querría prescindir de ellos para transmitir la misma idea: la concepción de la naturaleza que tenía un indio del siglo pasado.

No podemos negar la seducción que ejerce este tema, a la par que la dificultad de concebirse de él. Teniendo en cuenta la identidad y las características de las personas referenciadas, creemos que lo más idóneo es mantener un contacto pleno con la naturaleza humana.

PROYECTO: La complejidad del planteamiento parece que aconsejaría recurrir a los exclusivos medios expresivos personales. En este sentido, hemos optado por estudiar el uso de la palabra, el gesto y la actitud. Proponemos a nuestra comunicante que formule a los espectadores o alumnos (no conocemos su actividad concreta) preguntas y que pida reacciones a las mismas que sólo sean expresiones físicas de los interrogados. A modo de ejemplo incluimos algunas de las que podrían formularse:

- ¿Qué postura tomaría un indio ante una partida de caza a nuestra usanza?
- ¿Cómo reaccionaría ante una explotación de agricultura intensiva?
- ¿Qué diría un indio ante la contemplación de un paisaje filmado para un documental?
- ¿Qué interpretación daría a la posesión de una parcela de tierra?
- ¿Cómo entendería un indio el acto de fotografiar una puesta de sol?
- ¿Qué postura adoptaría ante una compañía de pesca masiva?
- ¿Qué haría un indio ante un vertedero rural de basuras?

Bibliografía


10

TÍTULO: Jusep Torres Campalans

AUTOR: Max Aub

AÑO: 1958

LUGAR: Ciudad de México

MEDIO: Literatura / Pintura

Jusep Torres Campalans, El pintor, 1911. Tinta china y aguada sobre papel, 19,2 x 29 cm. Colección privada, Ginebra.

Recorte de un diario neoyorquino en el que se revela la impostura de la autoría de la exposición sobre Jusep Torres Campalans en la galería Bodley de Nueva York, en 1962.
“Copia es copia, y como tal se vende [...] Pero ‘fabricar’ originales tiene otro nombre”, le espetó Jusep Torres Campalans a Juan Gris en una de sus agrias discusiones en el París de las primeras vanguardias. ¿Acaso estamos ante una de las primeras definiciones de fake en España?

Pero, ¿quién es Jusep Torres Campalans? Fue el escritor Max Aub su descubridor. En 1958, Aub da extensa noticia de él en un libro publicado en Ciudad de México, en donde residía desde que se exiliara tras la derrota republicana en la Guerra Civil. Aub cuenta cómo, durante una breve estancia en San Cristóbal de las Casas, se encuentra fugazmente con el personaje singular, un catalán hijo de payeses, llegado a Chiapas a finales de 1914, casado con una lugareña y lleno de hijos. Queda fascinado desde el primer instante: "Me metí de hocico en su vida".

Poco a poco, tras estirar el hilo de su borrosa biografía a través de conversaciones y encuentros, especialmente en París, Aub descubre que JTC (nacido en Mollerusa, Lleida, en 1886) no era cualquiera. Había sido uno de los protagonistas del nacimiento parisino del Cubismo, junto a Picasso y Gris, amigo de Jean Cassou, Amedeo Modigliani, Gertrude Stein, Piet Mondrian, Marc Chagall, Robert Delaunay y tantos otros. Sin embargo, tras el estallido de la Primera Guerra Mundial, desaparece sin dejar rastro, refugiándose en lugares remotos de Chiapas. Cassou le cede a Aub un conjunto de notas manuscritas, el “Cuaderno verde”, que recogen ideas y comentarios del catalán, al tiempo que le muestra también el catálogo de lo que tenía que haber sido una gran exposición del artista en la Tate Gallery, en 1942, pero que a causa de la guerra no pudo llevarse a cabo. En él, se mostraban obras y fotografías. Su comisario, Henry Richard Town (fallecido durante un bombardeo en Londres), habría sido el primero en comprender el papel de JTC en la gestación de la vanguardia.

El libro de Aub sobre JTC reproduce conversaciones y contextualiza con gran habilidad y amenidad las impresiones que sobre él tenían los protagonistas todavía vivos de aquel París heroico. El texto se estructura a través del formato de una monografía de arte, lo que otorga una gran legitimidad a lo que en él se revela. Pero, naturalmente, JTC nunca existió. Para Aub, era el pretexto perfecto para reflexionar sobre las vanguardias, sobre la teoría de la novela, sobre el fracaso de quien no poseyó suficiente talento o astucia para triunfar, sobre las relaciones paradójicas entre el genio, el éxito y la independencia radical. Al final del prólogo de su libro, Aub declara haber oído de alguien acerca de JTC:

- ¿Qué fue de él? - preguntó uno de nosotros.
- Desapareció sin rastro. Tenía talento.

Que Aub hubiera llevado a cabo esta impostura literaria no debe sorprender. Ya en 1934 el escritor valenciano se había inventado un poeta, de nombre Luis Álvarez Petreña, con el fin de explorar las fronteras
de la ficcionalidad literaria: “Puestos a mentir, hagámoslo de cara: que nadie sepa a qué carta quedarse. Solo en esa inseguridad crecemos grandes, solos, cara a cara, con el otro”. Lo dijo Torres Campalans, o Petreña, o Aub, quién sabe.

Pero JTC, al fin y al cabo, pintaba. ¿Dónde estaban esas pinturas y dibujos? Aub las presentó en el libro (más de treinta), y con el ánimo de darlas a conocer en aquellos círculos que podían realmente apreciar el talento del ignoto artista, organizó también en 1958 una exposición en la galería Excelsior, en Ciudad de México. La crítica se rindió a los pies de la obra del leridano. Se publicaron numerosas notas de prensa alabando la figura del artista y felicitando la iniciativa de Aub, desde luego, sin sospechar que las obras habían sido pintadas, naturalmente, por el propio escritor. En 1962, la muestra se presenta en la Bodley Gallery de Nueva York –ya eran 58 las obras aparecidas–, aprovechando la edición inglesa del libro. Idéntico efecto, aunque Aub comienza a dar pistas de la realidad de la ficción. Paralelamente, ilustres figuras como Pablo Picasso, Camilo José Cela, Xavier de Salas –en aquel momento subdirector del Museo del Prado–, Jean Cassou –por entonces conservador jefe del Museo de Arte Moderno de la Villa de París–, David Alfaro
Siqueiros, Carlos Fuentes, Ramón J. Sender o Vicente Aleixandre prestan su pluma para recordar públicamente a JTC, para alabar y ampliar el conocimiento de su obra. Aub los convence para hacer de compinches en la fabulosa farsa y la bola de nieve no deja de aumentar de tamaño. Incluso Josep Renau realiza secretamente un fotomontaje en el que vemos por primera y única vez el aspecto de JTC, completamente calvo, sentado junto a Picasso en un bar de la bohemia, y que servirá a Aub para poner efímero rostro al artista.

Dijo Max Aub años más tarde: “¿Qué fue la vida de JTC? ¿Historia, novela? ¡Qué más da! Importa que siga siendo, que la ceniza se haga bulto. Que quede vivo en la imaginación de los demás, entrando a la parte. No tendieron a más mis medios, como no fuera –de paso– a enseñar, con un buen ejemplo, el cobre de tanta farsa pictórica, montada en oro”.

Jusep Torres Campalans forma ya parte insigne de una doble genealogía, literaria y artística: la de los de autores inexistentes, apócrifos, heterónimos, la de los fantasmas del arte que han acabado siendo, por derecho propio, fiel reflejo de la historia de la cultura y de sus paradojas. Como Isaac Bickerstaff, el seudónimo que Jonathan Swift adoptó para acabar con un famoso astrólogo charlatán en 1708; como Émile Ajar, alter-ego de Romain Gary, del que se sirvió para mofarse del prestigioso Premio Goundcourt en 1975. Sin olvidar aquellos artistas, que como JTC, desvelaron las grietas del establishment artístico: Pavel Jerdanowitch (1924), inventado por Paul Jordan-Smith; Bruno Hat (1929), creado por Brian Howard; Hank Herron (1973), alimentado por Carol Duncan; Lenin Cumbe (1992), presentado por el grupo Agustín Parejo School; Harry

Por no hablar de timos comerciales, que ya no pertenecen al mundo del fake sino al de la falsificación con ánimo de lucro, como es el caso del supuesto artista manierista Amico di Sandro, ideado por el expertise en coleccionismo Bernard Berenson en 1899, o del dadaísta alemán Karl Waldmann “aparecido” en 2001. Tampoco podemos olvidar, naturalmente, aquellas falsificaciones destinadas a cuestionar directamente la autoridad académica y el orgullo patriótico, como la jocosa aventura de los tres jóvenes que en 1984 realizaron y arrojaron en secreto a uno de los canales fluviales de Livorno (Italia) las tres supuestas cabezas hechas por Amedeo Modigliani en 1911 y que, según la leyenda, el artista, en un ataque de rabia, había lanzado al agua. Halladas las obras durante unos trabajos de drenaje del canal, y tras un minucioso análisis de las mismas, una gran parte de la crítica y de los expertos museográficos italianos señalaron gozosos que las cabezas “tenían el estilo inconfundible del artista”. Se realizó una gran exposición de las piezas acompañada de un lujoso catálogo. Los tres chicos revelaron que las habían hecho en poco más de media hora y, a modo de demostración, las volvieron a hacer en directo en un canal de televisión. Al poco tiempo, las autoridades se encontraron en el lecho del río muchas más cabezas talladas a la manera de Modigliani. Numerosos vecinos habían tenido la misma idea.

Todas estas historias son sólo la punta visible de un iceberg –la historia del arte– que hunde su masa en aguas apenas transparentes.

Bibliografía
Dolores Fernández Martínez, La imagen literaria del artista de vanguardia en el siglo XX: Jusep Torres Campalans, tesis doctoral, Universidad Complutense, Madrid, 2002.
Maria Rosell, Los poetas apócrifos de Max Aub, Universitat de València, 2012.
Goya, tu grabado vuelve a la lucha

Goya, tu grabado vuelve a la lucha. La lucha de Goya continúa, Goya no ha muerto. Su grabado rompe las telaránias del museo y se lanza a los combates del presente, pasa a nuestras manos. A las manos del arte libre de políticos y apunta ahora contra la imagen de todos esos burocratas explotadores del pueblo. Contra los amos nacionales y extranjeros. Contra ellos que lo encerraron en los museos enmoheciéndolo. Los que deformaron las ideas de Goya......Y unido a las luchas de la audiencia del arte no descansará hasta lograr la independencia del delfinazgo de los Alzate y los Moreno, esta vez total y definitiva......por eso es necesario que ahora, como hace dos siglos, los colombianos veamos el grabado con que Goya retrató la estupidez española heredada por los criollos ilustrados que solo se liberaron de los chapetones para guardarse sus tierras y títulos pero que juraron de inmediato lealtad ante el Rey de España....

Con la audiencia, con la imagen y sin poder! ¡Presente, presente, presente!

Comunicado emitido por el grupo Comando Arte Libre S-11.
En septiembre de 2008, fue robado un grabado de Goya titulado “Tristes presentimientos de lo que ha de acontecer”, de la conocida serie Los desastres de la guerra (1810-1815), en una galería de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño en la ciudad de Bogotá, Colombia. Mientras la policía iniciaba las pesquisas para averiguar los autores del robo, un grupo autodenominado “Comando Arte Libre S-11” reivindicó el acto, emitiendo un comunicado en el que anunciaban que la obra se mostraría en casas populares, criticando el valor de culto de las obras de arte y el secuestro de la cultura por intereses privados:

Goya, tu grabado vuelve a la lucha. La lucha de Goya continúa, Goya no ha muerto. Su grabado rompe las telarañas del museo y se lanza a los combates del presente. Pasa a nuestras manos. A las manos del arte libre de políticos y apunta ahora contra la imagen de todos esos burócratas explotadores del pueblo. Contra los amos nacionales y extranjeros. Contra ellos que lo encañonaron en los museos enmoheciéndolo. Los que deformaron las ideas de Goya. Los que nos llamarán anarquistas, puristas, maleducados, sinvergüenzas, aventureros, terroristas, bandoleros. Y es que para ellos este reencuentro de Goya con su audiencia es un ultraje, un crimen. Y es que para ellos su grabado libertador en nuestras manos es un peligro. Goya no está con ellos —los oportunistas— sino con los oportunos. Por eso su grabado pasa a nuestras manos. A las manos de la audiencia que no va a cócteles, que no paga la boleta que cobra la Fundación Gilberto Alzate Avendaño por ver la exposición (¿por qué el lucro? ¿acaso no es una institución pública?). Y unido a las luchas de la audiencia del arte no descansará hasta lograr la independencia del definenazgo de los Alzate y los Moreno, esta vez total y definitiva… por eso es necesario que ahora, como hace dos siglos, los colombianos veamos el grabado de Goya. El grabado “Tristes presentimientos de lo que ha de acontecer” constituye un símbolo que vale más que cien derechos de petición y mil tutelas. Por eso nuestra primera acción consistió en ponerlo a circular en manos de la audiencia que lucha por la libertad del arte y quitársela de las manos de estos viles oportunistas y fantoches disfrazados de ilustrados y mecenas: Old Masters Art Brokers y Ahad Land Fine Art, la Casa Museo Goya de Fuendetodos, la Diputación de Zaragoza (España), el Alcalde Mayor de Bogotá, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y Ana María Alzate, directora de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño.

¡Con la audiencia, con la imagen y sin poder! ¡Presente, presente, presente! —Comando Arte Libre S-11

El caso es que la reivindicación era falsa. El artista colombiano Lucas Ospina aprovechó el robo (real) para articular un proyecto (falso) en el que explorar cuestiones críticas sobre la percepción de lo cierto y lo verdadero, sobre la percepción de los medios de la función del arte, y sobre cómo operan los medios de comunicación en la creación de esta-
do de opinión. Precisamente, tras el comunicado del artista, algunos medios colombianos construyeron la información sobre el robo mediante pruebas y expertos también “falsos”.

Al poco tiempo, Lucas Ospina hizo pública la autoría del comunicado, lo que dio pie a un feroz ataque hacia su persona, en calidad de profesor universitario (“¡qué vergüenza!”) y de artista, rebajando las connotaciones de la acción a un simple divertimento. Numerosos medios fomentaron el linchamiento moral y la expulsión de Ospina de la universidad, aparte de tener que declarar ante la Fiscalía.

Lo que surgió como una parodia satírica de los lenguajes revolucionarios y las autoridades culturales acabó como un suceso que espejaba fielmente el objeto mismo de la burla. Sátira: “Composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo a alguien o algo. Parodia. Imitación burlesca”.

Lucas Ospina siempre ha cultivado una gran querencia por el fake, un formato por otro lado habitual en determinados círculos del reciente arte colombiano, como se pudo apreciar recientemente en la exposición Realidades prostéticas. Verdades falsas y mentiras verdaderas en el arte colombiano contemporáneo, celebrada en 2015 en el Centro Rockefeller de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Harvard. Ya en 1996 Lucas Ospina fue el motor del proyecto sobre el “descubrimiento” del inexistente artista Pedro Manrique Figueroa, precursor del collage en Colombia, y que dio pie a una saga de proyectos complementarios, culminada en el documental Un tigre de papel (2007), de Luis Ospina, presente también en esta exposición.

Videograma del noticiero colombiano Noticias Uno haciéndose eco de la noticia.

Bibliografía

no es verdad, no es mentira
dos de opinión. Precisamente, tras el comunicado del artista, algunos medios colombianos construyeron la información sobre el robo mediante pruebas y expertos también “falsos”.

Al poco tiempo, Lucas Ospina hizo pública la autoría del comunicado, lo que dio pie a un feroz ataque hacia su persona, en calidad de profesor universitario (“¡qué vergüenza!”) y de artista, rebajando las connotaciones de la acción a un simple divertimento. Numerosos medios fomentaron el linchamiento moral y la expulsión de Ospina de la universidad, aparte de tener que declarar ante la Fiscalía.

Lo que surgió como una parodia satírica de los lenguajes revolucionarios y las autoridades culturales acabó como un suceso que espejaba fielmente el objeto mismo de la burla. Sátira: “Composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo a alguien o algo. Parodia. Imitación burlesca”.

Lucas Ospina siempre ha cultivado una gran querencia por el fake, un formato por otro lado habitual en determinados círculos del reciente arte colombiano, como se pudo apreciar recientemente en la exposición Realidades prostéticas. Verdades falsas y mentiras verdaderas en el arte colombiano contemporáneo, celebrada en 2015 en el Centro Rockefeller de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Harvard. Ya en 1996 Lucas Ospina fue el motor del proyecto sobre el “descubrimiento” del inexistente artista Pedro Manrique Figueroa, precursor del collage en Colombia, y que dio pie a una saga de proyectos complementarios, culminada en el documental Un tigre de papel (2007), de Luis Ospina, presente también en esta exposición.

RESUMEN: Lucas Ospina es un artista colombiano que ha cultivado una gran querencia por el fake, un formato que ha sido habitual en determinados círculos del arte colombiano contemporáneo. El presente artículo trata sobre su defensa publicada en el periódico Noticias Uno sobre la autenticidad de una exposición de arte, lo cual dio pie a un feroz ataque hacia su persona.

Bibliografía


FAKE

12

TÍTULO: Pavel Jerdanowitch
AUTOR: Paul Jordan-Smith
AÑO: 1924-1927
LUGAR: New York’s Exhibition of the Independents at the Waldorf-Astoria
MEDIO: Exposición / Pintura

Reseña de la exposición de Pavel Jerdanowitch aparecida en The Chicago Evening Post el 26 de enero de 1926.

No-Jury Show a Glowing Surprise

There is much that is new and very much new in the show of the Independents at the Waldorf-Astoria, with a lot of Jerdanowitch.

“Aspiration” – Pavel Jerdanowitch
No vi la belleza ni la forma ni el significado en ellos. Un día tras otro fui a ver y escuchar las contradictorias explicaciones de lo que llamaban “arte moderno” hasta que me enojé, porque la mayoría de los críticos jóvenes estaban efectivamente diciendo: “¿Qué pasa si no podemos ver y entender estas cosas? Los grandes maestros del pasado fueron mal entendidos, razón por la cual debemos aceptar y tratar de entender a los nuevos, tanto si nos placen como si no […] El crítico moderno de literatura y arte es cobarde, tiene tanto miedo de estar fuera de sintonía con su generación que vacila en dar una opinión honesta sobre los valores del arte, especialmente cuando esos valores no son perceptibles. Paul Jordan-Smith

La gota que colmó el vaso de la paciencia del novelista estadounidense Paul Jordan-Smith respecto a los juicios emitidos por los críticos de arte moderno se vertió cuando en 1924 leyó los comentarios negativos de los bodegones realizados por su esposa, Sarah Bixby Smith, que fueron tildados despectivamente de ser “demasiado realistas”. Una noche, agarró viejos tubos de pintura roja y verde y un pincel desgastado y embarró durante veinte minutos un lienzo raído con unos crudos y salvajes contornos de una mujer sosteniendo lo que pretendía ser una estrella de mar pero que acabó siendo un plátano. Lo tituló Exaltation aka Yes, We Have No Bananas (Exaltación o Sí, no tenemos plátanos). Bajo el nombre de Pavel Jerdanowitch, y haciéndose pasar por un ruso, envió la obra a la Exposición de los Independientes de Nueva York, acompañándola de una breve explicación conceptual con la intención de disimular su falta de conocimientos técnicos. El engaño funcionó. Estas son algunas de las opiniones de la crítica:

Pavel Jerdanowitch no está satisfecho siguiendo los caminos trillados del arte. Prefiere descubrir nuevas tierras, explorar las alturas y asomarse a los abismos. Su espíritu se deleita en la intoxicación y es presa de la agonía estética que no tiene experiencia sin sufrimiento.

Una mezcla encantadora de Gauguin, arte popular, trova Negra, con un montón de su propio individualismo.

Cuando la prensa, entusiasmada, se puso en contacto con él, Jerdanowitch compuso toda una larga y rocambolesca historia personal, envió una fotografía que lo caracterizaba como un típico artista excéntrico, y etiquetó su trabajo con un nuevo estilo de vanguardia, el disumbrationism (antisombracionismo), una ironía de Jordan-Smith sobre el hecho de que no sabía pintar sombras.

Desde ese momento, Jerdanowitch fue invitado por galerías y a participar en otras exposiciones, en las que mostró series de lo que llamó los “siete pecados mortales”, que igualmente recibieron críticas muy positivas, llegando a aparecer su obra en El Libro de Oro del arte moderno. Finalmente, Jordan-Smith reveló el engaño en Los Angeles Times en 1927, para consternación de todos sus críticos y coleccionistas.

Tras la revelación del fake, el crítico Havelock Ellis, que también había sido embaucado por las pinturas, escribió:
Es evidente que Paul Jordan-Smith ha logrado éxito con el engaño de sus pinturas porque tiene talento y ciertas dotes artísticas. Pero es demasiado ignorante para comprenderlas, amén de tener una gran locuacidad y poder embaucador propio de un novelista de tercera.

Pavel Jerdanowitch
Exaltation aka Yes, We Have No Bananas, 1924. Óleo sobre tela.
Capitulation, 1925. Óleo sobre tela.

Bibliografía
Paul Jordan-Smith, The road I came. Some recollections and reflections concerning changes in American life and manners since 1890, Caxton Printers, Caldwell (Idaho), 1960.
Alan Abel (primero por la izquierda), mientras promueve en 1965 la campaña a Presidenta de Estados Unidos de Yetta Bronstein, una abuela del Bronx, que en su programa de gobierno incluía poner en el Senado una fuente con suero de la verdad, y sustituir el salario de los Congresistas por comisiones en función del resultado de sus labores.
Escritor, cineasta, músico y actor, Alan Abel es más conocido por ser uno de los padrinos de la falsificación mediática, que durante más de 40 años ha engañado profesionalmente a todo tipo de medios de comunicación. Su carrera de “estafador mediático” empezó a finales de los años 1950 casi por casualidad, cuando vio que los medios se tomaban en serio su falsa y absurda cruzada contra la desnudez de los animales, al crear la SINA (Society for Indecency to Naked Animals), que en realidad escondía una alegoría satírica sobre la censura y las hipocresías del puritanismo. A lo largo de todos estos años, siguió elaborando numerosos montajes y planes extravagantes para provocar a los medios y dar un “puntapié a la inteligencia” de la gente sin por eso dejar de divertir. Entre ellos, cabe destacar el desmayo colectivo de un grupo de espectadores en un programa de televisión en directo; la simulación de su propia muerte y el seguimiento de la noticia en los medios; la creación de una escuela de mendicidad y otra de cruceros para eutanasia; o una campaña para la prohibición de dar leche materna a los bebés. Todos estos proyectos estaban encaminados a desvelar algunas de las falacias presentes en los debates sobre política social en Estados Unidos.

El trabajo de Alan Abel encontrará mayor extensión (aunque sin relación profesional) en las prácticas de Joey Skaggs, alguna de las cuales está también presente en la exposición.

El documental que presentamos, dirigido por Jenny Abel y Jeff Hockett en 2008, se sumerge en el día a día del trabajo del artista.

Manifestación en 1959 de la Sociedad para la Supresión de la Indecencia de los Animales Desnudos (The Society for the Indecency to Naked Animals, SINA).

Bibliografía

Páginas web del artista: http://alanabel.com/
http://abelraisescain.blogspot.com.es/
FAKE

Pandora’s Hope es un breve documental sobre una joven periodista y directora de cine, Kit Farrell, mientras explora Kauai, una zona de Hawai raramente visitada por los millones de turistas que llegan al paraíso tropical. A través de entrevistas con científicos locales, activistas, filántropos, expertos en cultura hawaiana y otros, Farrell describe cómo Kauai, además de poseer un paisaje idílico, es también el hogar de empresas de alta tecnología militar, biotecnologías agroquímicas y de investigación genética, que cultivan la opacidad informativa y el secuestro comercial de los derechos de sus productos. Sin embargo, el caso de Warren Dastrup, víctima de un accidente que le dejó paralítico, abre el debate sobre los beneficios de ciertas tecnologías avanzadas y las contradicciones que ello conlleva para grupos contrarios a ciertas manipulaciones genéticas: investigadores de un centro de estudios biológicos han logrado aislar células madre en el interior de dientes de tiburón, que pueden facilitar, y de hecho lo hacen, la vida de Dastrup.

Este documental lleva exhibiéndose desde 2013 en cines y festivales internacionales sobre salud y naturaleza y ha sido galardonado con numerosos premios (Moondance, Indie fest, New Filmmakers, Big Apple o FlixxFest) además de haber sido noticia en muchos medios especializados. Lo más sorprendente de todo es que nadie –ni siquiera los expertos– parece haberse dado cuenta de que es un fake. En España, se presenta por primera vez en la presente exposición.

Todo el constructo de la historia es obra de Joey Skaggs, uno de los artistas más dedicados a exponer cómo los medios de comunicación y sus adláteres (políticos, grupos religiosos, empresas, etc.) proyectan sus mensajes mediante la creación de estados de opinión y espacios de autoridad. Para Skaggs, los fakes ofrecen una paleta alternativa dentro de la crítica y la disidencia, así como un espejo de la credulidad humana que se produce cuando se suspende el análisis crítico por un pensamiento emotivo: “Reto a los sistemas de creencias personales que sustentan el pensamiento del statu quo y la estrechez de miras, la predisposición y el prejuicio [...]. Se trata de inspirar a la gente a cuestionar la autoridad en todas sus formas y en última instancia a pensar por sí mismos”.

La capacidad camaleónica de sus proyectos es proporcional a la habilidad de los sujetos sociales que enfrenta para el camuflaje. Sus trabajos lo han convertido en creador de burdeles para perros, en propietario de un banco de esperma de celebridades, en fundador de una empresa para la restricción del deseo de comer de personas con sobrepeso, en investigador jefe de una milagrosa vitamina hecha de elixir de cucarachas, en pionero en trasladarse en tabla de surf desde Hawai a California. Ha llevado un confesionario portátil a una Convención del Partido...
*Pandora’s Hope* (La esperanza de Pandora) es un breve documental sobre una joven periodista y directora de cine, Kit Farrell, mientras explora Kauai, una zona de Hawai raramente visitada por los millones de turistas que llegan al paraíso tropical. A través de entrevistas con científicos locales, activistas, filántropos, expertos en cultura hawaiana y otros, Farrell describe cómo Kauai, además de poseer un paisaje idílico, es también el hogar de empresas de alta tecnología militar, biotecnologías agroquímicas y de investigación genética, que cultivan la opacidad informativa y el secuestro comercial de los derechos de sus productos. Sin embargo, el caso de Warren Dastrup, víctima de una accidente que le dejó paralítico, abre el debate sobre los beneficios de ciertas tecnologías avanzadas y las contradicciones que ello conlleva para grupos contrarios a ciertas manipulaciones genéticas: investigadores de un centro de estudios biológicos han logrado aislar células madre en el interior de dientes de tiburón, que pueden facilitar, de hecho lo hacen, la vida de Dastrup.

Este documental lleva exhibiéndose desde 2013 en cines y festivales internacionales sobre salud y naturaleza y ha sido galardonado con numerosos premios (Moondance, Indie fest, New Filmmakers, Big Apple o FlixxFest) además de haber sido noticia en muchos medios especializados. Lo más sorprendente de todo es que nadie –ni siquiera los expertos– parece haberse dado cuenta de que es un *fake*. En España, se presenta por primera vez en la presente exposición.

Todo el constructo de la historia es obra de Joey Skaggs, uno de los artistas más dedicados a exponer cómo los medios de comunicación y sus adláteres (políticos, grupos religiosos, empresas, etc.) proyectan sus mensajes mediante la creación de estados de opinión y espacios de autoridad. Para Skaggs, los *fakes* ofrecen una paleta alternativa dentro de la crítica y la disidencia, así como un espejo de la credulidad humana que se produce cuando se suspende el análisis crítico por un pensamiento emotivo: “Reto a los sistemas de creencias personales que sustentan el pensamiento del statu quo y la estrechez de miras, la predisposición y el prejuicio [...] Se trata de inspirar a la gente a cuestionar la autoridad en todas sus formas y en última instancia a pensar por sí mismos”.

La capacidad camaleónica de sus proyectos es proporcional a la habilidad de los sujetos sociales que enfrenta para el camuflaje. Sus trabajos lo han convertido en creador de burdeles para perros, en propietario de un banco de esperma de celebridades, en fundador de una empresa para la restricción del deseo de comer de personas con sobrepeso, en investigador jefe de una milagrosa vitamina hecha de elixir de cucarachas, en pionero en trasladarse en tabla de surf desde Hawai a California. Ha llevado un confesionario portátil a una Convención del Partido
Demócrata, ha proyectado un cementerio en forma de parque temático. Como programador informático, fue una estrella mediática al proponer un software infalible para los tribunales, cuyo veredicto científico era incuestionable. Para Skaggs, los medios de comunicación son el “lienzo” en el que realizar sus acciones mediante las que arrojar luz sobre determinadas cuestiones sociopolíticas.

Bibliografía

Web del artista: http://www.joeyskaggs.com

The Art of the Prank, fundada por el artista: http://artoftheprank.com

Web del proyecto: http://pandoras-hope.com


TÍTULO: Golpe de estado en Rusia

AUTOR: Miguel Ángel Martín, Manuel Delgado

AÑO: 1991

LUGAR: Barcelona

MEDIO: TVE-Catalunya (Programa “El Camaleó”)

Cortesía de los autores
Uno de los capítulos del programa “El Camaleó” realizado en Televisión Española (en su programación catalana) en 1991, y dirigido por Miguel Ángel Martín y Manuel Delgado, copió la estructura aplicada por Orson Welles en la emisión radiofónica en 1938 de *La Guerra de los Mundos* de H. G. Wells, sobre una falsa noticia que se producía en directo.

El presentador del programa cortó la emisión habitual para dar paso a una noticia urgente: se había producido un golpe de estado en Rusia. Durante 30 minutos se mostraron conexiones en directo y telefónicas, enlaces informativos, e imágenes de reacciones en el mundo, todas extraídas de archivo. La manera en que se realizó el montaje buscaba a todas luces reunir todos los códigos que dan “veracidad” a la construcción de una noticia: cualquier cosa puede parecer verdad si está contada de una manera apropiada al medio. El diario *La Vanguardia* llegó a parar sus rotativas a medianoche a la espera de la llegada de más noticias, revelando cómo los periodistas son extremadamente entusiastas con la verosimilitud cuando las noticias son lo suficientemente grandes. El golpe de estado de verdad se produciría pocas semanas después: las imágenes reales que se mostraron fueron casi calcadas a las “fraudulentas”. Los efectos de la emisión fueron el despido fulminante de Joan Raimon Mainat, jefe de programas de TVE en Catalunya, el cese definitivo del programa y una severa amonestación de la Embajada rusa en España.

Ha declarado Manuel Delgado: “Nos echaron por tocar los informativos, lo más sagrado, además no podíamos esperar que varios medios de comunicación se hicieran eco dándolo por cierto, la COPE lo dio, y *La Vanguardia* envió a su corresponsal a buscar los tanques a la Plaza Roja. Como si los informativos no formaran parte del espectáculo televisivo”. Delgado consideró la experiencia un “desastre absoluto”: “Porque al final tuve que defender públicamente una mentira: que habíamos hecho aquello para denunciar la manipulación televisiva, cuando era un homenaje a la manipulación televisiva [...]. Lo que defendíamos era que, ya que los medios se habían inventado a Gorbachov [Presidente ruso], no tenía que ser tan problemático asesinarlo. La ironía en este caso era impertinente: no se podía bromear con los telediarios, puesto que su función litúrgica como fuentes de verdad, su función oracular, no podía verse jamás y bajo ningún concepto puesta en entredicho”.

Numerosos han sido los casos de intervenciones similares en televisiones de todo el mundo con la intención de aprovecharse de la veridicción que otorga la emisión en directo de una noticia de gran impacto, cuya aceleración informativa oculta las más mínimas reglas supuestamente profesionales y rigurosas del periodismo.

El 13 de diciembre del 2006, a las 20:21h, se emitió *Bye Bye Belgium: Tout ça (ne nous rendra pas la Belgique)* en la Radio Télévision Belge Francophone...
(RTBF), un proyecto elaborado por el realizador Philippe Dutilleul. La cadena interrumpió su programación regular para presentar un boletín informativo basado en hechos ficticios en el que se anunciaba que Flandes había proclamado la independencia, quedando disuelto el Estado belga. El vídeo incluía imágenes de reporteros frente al Parlamento flamenco mientras los separatistas ondeaban la Bandera de Flandes detrás de ellos. El reportaje, supuestamente en directo, también incluía grabaciones de los reyes Alberto y Paola subiendo a un jet militar en dirección al Congo, una antigua colonia belga, de camino al exilio.

Por su parte, el 13 de marzo de 2010 el canal de televisión Imedi de la República de Georgia emitió una “simulación de guerra” que no advirtió previamente a los espectadores. La noticia trataba en supuesto tiempo real del ataque militar de Rusia a Georgia, anunciando que el presidente georgiano había sido asesinado y que los soldados estaban muriendo.

En ambos casos, los escándalos fueron notables.

Bibliografía

Portada de un diario estadounidense del 31 de octubre de 1938 haciendo eco del impacto de la ficción radiofónica de “La guerra de los mundos” realizada por The Mercury Theatre y Orson Welles.
Locutor 1:
La CBS y sus emisoras asociadas presentan en antena a Orson Welles y The Mercury Theatre en una obra radiofónica de Howard Koch inspirada en la novela de H. G. Wells La guerra de los mundos.

(Tema musical)

Locutor 1:
Señoras y señores, con todos ustedes el director de The Mercury Theatre y estrella de estas emisiones, Orson Welles.

Orson Welles:
Hoy sabemos que en los primeros años del siglo XX este mundo estaba siendo observado con atención por inteligencias mayores que la del hombre pero sin embargo tan mortales como la suya. Hoy sabemos que mientras los seres humanos se ocupaban de sus cosas, eran al mismo tiempo escrutados y estudiados, acaso tanto como un hombre con un microscopio podría escrutar el trasiego de criaturas que pululan y se multiplican en una gota de agua. Con infinita complacencia, la gente iba y venía sobre la Tierra con sus pequeños asuntos, serena en la seguridad de su dominio sobre este pequeño fragmento giratorio de deriva solar que por azar o diseño el hombre ha heredado del misterio oscuro del tiempo y del espacio.

Sin embargo, a través de un inmenso espacio etéreo, hay mentes que nos ven como las bestias en la selva lo hacen con nosotros, intelectos vastos, fríos y sin simpatía, y que observan la tierra con ojos envidiosos mientras trazan lentamente sus planes contra nosotros. En el año treinta y nueve del siglo XX llegó la gran desilusión.

Era casi el final de octubre. Los negocios iban mejor. El miedo a la guerra se había esfumado. Más hombres habían vuelto a trabajar. Las ventas se dispararon. En aquella particular tarde del 30 de octubre, el servicio Crossley estimó que treinta y dos millones de personas estaban escuchando la radio.

Locutor 2:
Durante las próximas 24 horas no se esperan grandes cambios de temperatura. Se informa de una ligera perturbación atmosférica de origen indeterminado sobre Nueva Escocia, que está causando una zona de bajas presiones que se moverá con cierta velocidad sobre los estados de noreste, trayendo un pronóstico de lluvia acompañada de vientos ligeros. La temperatura máxima será de 18º y la mínima de 9º.

Hasta aquí el tiempo de hoy, ofrecido por la Oficina Meteorológica Federal. Le devolvemos ahora al Meridian Room del Hotel Park Plaza en Nueva York, donde sigue el entretenimiento con la música de Ramon Raquello y su orquesta.

(Música: tango)

Locutor 3:
Buenas tardes, señoras y señores. Desde el Hotel Plaza de Nueva York, les traemos la música de Ramon Raquello y su orquesta, con su toque español. Ramon Raquello ya se arranca con “La comparsita”.

(Música: tango)

Locutor 2:
Señoras y señores, interrumpimos nuestra programación musical de baile para ofrecerles un boletín especial de noticias de Radio Intercontinental. Veinte minutos antes de las ocho, hora central, el Profesor Farrell del Observatorio del Monte Jennings (Chicago, Illinois) informa haber observado diversas explosiones de gas incandescente a intervalos regulares sobre el planeta Marte. El espectroscopio indica que el gas es hidrógeno y que se desplaza hacia la Tierra a una enorme velocidad. El Profesor Pearson del Observatorio de Princeton confirma la observación de Farrell, y describe el fenómeno -cito literal-, como un chorro de llama azul disparada por un arma.

Volvemos ya con la música de Ramon Raquello [...] 

Ramon Raquello y su orquesta tampoco existían. Fue una pieza más en la máquina del engaño que Orson Welles, Paul Stewart y John Houseman pergeñaron en The Mercury Theater, una productora de radio que revolucionaría la radio estadounidense durante los años 1930 con sus adaptaciones literarias. La Guerra de los mundos supuso, sin embargo, el colofón de esa exploración dramática. Mediante técnicas de camuflaje y el uso preciso de recursos de construcción de autoridad, una gran parte de los oyentes de aquella emisión, especialmente aquellos que se habían conectado cuando ya estaba empezada, se creyeron a pies juntillas que los marcianos atacaban la Tierra, empezando por Nueva Jersey.

Como vemos en las primeras líneas del guión de la emisión, Welles no esconde el sustrato literario del drama, aunque sutilmente emplaza al oyente a un tiempo dislocado, hablando desde el futuro sobre el tiempo presente, en una época en la que se cernía el temor a una guerra mundial que pronto llegaría. Inmediatamente, aparecen las noticias del tiempo, convenientemente certificadas por una agencia gubernamental, y en las que se desliza un lenguaje análogo a lo que acontecerá como ficción: Se informa de una ligera perturbación atmosférica de origen indeterminado sobre Nueva Escocia, que está causando una zona de bajas presiones que se moverá con cierta velocidad sobre los estados del noreste. Vuelve la música, la normalidad, para que a continuación surja con toda su potencia el núcleo de la autoridad: el corte informativo de urgencia, en el que científicos presentan los “hechos” mediante términos procedentes de la física y la química. Durante casi una hora, las conexiones con testigos oculares, corresponsales in situ, agentes de la autoridad y académicos fueron generando un espacio en espiral en el que los oyentes, reconociendo el formato propio de lo veraz (en directo, con sus habituales fallos técnicos) difícilmente podían reconocer la ficción.

La emisión de La guerra de los mundos generó un gran escándalo: la gente bloqueó con sus llamadas aterrorizadas las centralitas telefónicas de
la policía; ésta irrumpió en los estudios de la CBS pretendiendo suspender el programa en directo; una gran parte de la prensa y numerosos políticos pidieron la cabeza de los directores y productores responsables. Welles les respondió pidiendo perdón por hacer la broma precisamente en el día de Halloween.

Pero el efecto fue mucho más duradero. Orson Welles interpretó de forma radicalmente nueva el formato ventríloquio de la radio y de los medios de comunicación en general. El ventrílocuo, a diferencia del mago, no tiene secretos que ocultar. El artista es visible, lo mismo que su técnica: hablar con la garganta moviendo apenas los labios y articular un diálogo teatralizado a dos voces moviendo las extremidades del muñeco. Es una técnica que no basa su interpretación en la reserva del “truco”, cuya evidencia arruina la ilusión, sino en la transparencia de los mecanismos. Al ventrílocuo se le ve todo. A diferencia de las ilusiones del siglo XIX, en las que el truco debía estar oculto, la ilusión del siglo XX se basa en la transparencia, la evidencia. La ventriloquía acaba con el truco y expresa un nuevo tipo de fantasmagoría, en el que toda la atención se condensa en el muñeco sin importar la presencia del artista. La mirada hechizada sobre el muñeco, sobre la prótesis comunicacional es la propia de un lenguaje que ha reducido la relación entre emisor y canal a una simbiosis: persona y personaje confunden sus papeles. Realidad y ficción se funden para crear la medialidad, en donde la verdad y la mentira adquieren nuevos matices.

Da la casualidad que algunos oyentes conectaron con la emisión de Welles durante los cortes publicitarios del programa del entonces popular ventrílocuo Edgar Bergen que se emitía en otra emisora. Su muñeco, Charlie McCarthy, dijo una vez a un periodista: “Sois como muñecos que han perdido a su ventrílocuo. Pero no lo busquéis, porque no sabéis quién es. Sois huérfanos de la voz que se supone que debéis hablar”. La cultura de la ficción invisible encuentra su terreno abonado en una sociedad que debe siempre improvisar su punto de vista.

El camuflaje perpetrado por The Mercury Theatre, la superposición de las técnicas de narración sobre el territorio de lo real, fue en parte predicho pocos meses antes por el influyente escritor E. B. White en Harper’s Magazine: “Claramente, la carrera hoy está entre las cosas que son y las cosas que parecen ser”. Muchas décadas después dirá Giorgio Agamben: “¿Qué debemos hacer con nuestras imaginaciones? Armarlas, creérnoslas al punto de deber destruirlas, falsificarlas”. Welles reconoce que en la nueva medialidad hay una redefinición de arte. Al final de F for Fake (1974), su notable película –falsa en sí misma– sobre la falsificación artística, Welles declara: “Nosotros, los mentirosos profesionales, esperamos ofrecer la verdad; me temo que el nombre pomposo que tiene es arte”.
Nota (Wikipedia): El sábado 12 de febrero de 1949 Leonardo Páez llevó a cabo en Radio Quito (Ecuador) una adaptación similar a la de Welles. Un locutor interrumpió la transmisión de un número musical en vivo para informar sobre un supuesto objeto volador sobre las Galápagos, y posteriormente, que un platillo volador había descendido en las afueras de la ciudad. La transmisión no duró más de 20 minutos, hasta que la gente descubrió la verdad. Se produjo una verdadera agitación popular; primero tiraron piedras y ladrillos contra el edificio de *El Comercio* (donde funcionaba la radio y este periódico, ubicado en el centro de la capital, apenas a una cuadra del edificio de correos). Los aceites de la imprenta del periódico, sumados al papel, hicieron que el incendio tomara fuerza rápidamente. La policía, viendo que se trataba de una burla, no socorrió a los artistas, periodistas y demás personas del edificio, quienes intentaron ponerse a salvo saltando al techo de otro edificio colindante. Cinco personas murieron entre las llamas. Además, varias personas se suicidaron debido al susto causado. Radio Quito estuvo fuera de antena durante dos años, reanudando su transmisión el 30 de abril de 1951.

Diario estadounidense haciéndose eco del impacto de la ficción radiofónica de “La guerra de los mundos” realizada por The Mercury Theatre y Orson Welles.

**Bibliografía**


Nota (Wikipedia): El sábado 12 de febrero de 1949 Leonardo Páez llevó a cabo en Radio Quito (Ecuador) una adaptación similar a la de Welles. Un locutor interrumpió la transmisión de un número musical en vivo para informar sobre un supuesto objeto volador sobre las Galápagos, y posteriormente, que un platillo volador había descendido en las afueras de la ciudad. La transmisión no duró más de 20 minutos, hasta que la gente descubrió la verdad. Se produjo una verdadera agitación popular; primero tiraron piedras y ladrillos contra el edificio de El Comercio (donde funcionaba la radio y este periódico, ubicado en el centro de la capital, apenas a una cuadra del edificio de correos). Los aceites de la imprenta del periódico, sumados al papel, hicieron que el incendio tomara fuerza rápidamente. La policía, viendo que se trataba de una burla, no socorrió a los artistas, periodistas y demás personas del edificio, quienes intentaron ponerse a salvo saltando al techo de otro edificio colindante. Cinco personas murieron entre las llamas. Además, varias personas se suicidaron debido al susto causado. Radio Quito estuvo fuera de antena durante dos años, reanudando su transmisión el 30 de abril de 1951.

Bibliografía


Diario estadounidense haciéndose eco del impacto de la ficción radiofónica de “La guerra de los mundos” realizada por The Mercury Theatre y Orson Welles.
Los espectadores de la cadena de televisión checa CT2 que contemplaban el habitual parte meteorológico el día 17 de junio de 2007, consistente en panorámicas de la cámara sobre el paisaje de las montañas de Krkonose, observaron “en vivo y en directo” la explosión cegadora de una bomba nuclear, con su característico hongo. Durante la noche anterior, el colectivo de artistas Ztohoven, cambiaron los cables de una cámara apartada y sin supervisión y conectaron su propio video, en el que se había editado la panorámica de siempre pero con efectos digitales: lo llamaron “realidad mediática”.

La cadena comenzó a recibir llamadas de espectadores asustados por lo que habían visto. Inmediatamente, el colectivo anunció que se trataba de una ficción: “No somos una organización terrorista ni un grupo político. Nuestra intención no es intimidar o manipular a la sociedad, que es algo de lo que somos testigos cada día en el mundo real y en el creado por los medios de comunicación. El 17 de junio atacamos el espacio de la emisión televisiva, distorsionándolo, cuestionando su veracidad y su credibilidad”.

En los días posteriores a la acción, los espectadores manifestaron su complicidad con la idea, pero la Fiscalía pública se apresuró a denunciarlos en los tribunales por “creación de pánico social y propagar información falsa”, pidiendo una pena máxima de 3 años de prisión. Un año después, la jueza desestimó los cargos contra los artistas: “Las imágenes de la explosión no podían crear alarma social. La gente más bien se divirtió con lo fácil que es interrumpir la señal”. La jueza manifestó que el asunto no debía dirimirse en el terreno del “desorden público” sino del “entretenimiento público”.

A modo de calco involuntario de la serie televisiva Black Mirror creada para Channel 4 por Charlie Brooker en 2011, y en cuyo primer capítulo, titulado “The National Anthem” (El himno nacional), un artista realizaba un fake que causaba una grave perjuicio al gobierno para después recibir el prestigioso Turner Prize de las Artes, la Galería Nacional Checa, subsidiaria del gobierno, galardonó al grupo de artistas en diciembre de 2007 con uno de sus principales premios.

Bibliografía
http://theinfluencers.org/ztohoven

Los espectadores de la cadena de televisión checa CT2 que contemplaban el habitual parte meteorológico el día 17 de junio de 2007, consistente en panorámicas de la cámara sobre el paisaje de las montañas de Krkonose, observaron "en vivo y en directo" la explosión cegadora de una bomba nuclear, con su característico hongo. Durante la noche anterior, el colectivo de artistas Ztohoven, cambiaron los cables de una cámara apartada y sin supervisión y conectaron su propio video, en el que se había editado la panorámica de siempre pero con efectos digitales: lo llamaron "realidad mediática". La cadena comenzó a recibir llamadas de espectadores asustados por lo que habían visto. Inmediatamente, el colectivo anunció que se trataba de una ficción: "No somos una organización terrorista ni un grupo político. Nuestra intención no es intimidar o manipular a la sociedad, que es algo de lo que somos testigos cada día en el mundo real y en el creado por los medios de comunicación. El 17 de junio atacamos el espacio de la emisión televisiva, distorsionándolo, cuestionando su veracidad y su credibilidad". En los días posteriores a la acción, los espectadores manifestaron su complicidad con la idea, pero la Fiscalía pública se apresuró a denunciarlos en los tribunales por "creación de pánico social y propagar información falsa", pidiendo una pena máxima de 3 años de prisión. Un año después, la jueza desestimó los cargos contra los artistas: "Las imágenes de la explosión no podían crear alarma social. La gente más bien se divirtió con lo fácil que es interrumpir la señal". La jueza manifestó que el asunto no debía dirimirse en el terreno del "desorden público" sino del "entretenimiento público". A modo de calco involuntario de la serie televisiva Black Mirror creada para Channel 4 por Charlie Brooker en 2011, y en cuyo primer capítulo, titulado "The National Anthem" (El himno nacional), un artista realiza un fake que causaba una grave perjuicio al gobierno para después recibir el prestigioso Turner Prize de las Artes, la Galería Nacional Checa, subsidiaria del gobierno, galardonó al grupo de artistas en diciembre de 2007 con uno de sus principales premios.

Bibliografía
http://theinfluencers.org/ztohoven

TÍTULO: El Niño Pepita
AUTOR: Claudia Llosa
AÑO: 2010
LUGAR: Lima, Perú
MEDIO: Vídeo
Cortesía de la artista

TÍTULO: El Niño Pepita
AUTOR: Claudia Llosa
AÑO: 2010
LUGAR: Lima, Perú
MEDIO: Vídeo
Cortesía de la artista
“El Niño Pepita es el único santo que ha decidido incorporarse a la modernidad. Conocedor de las herramientas del marketing alternativo, utiliza herramientas como Facebook, YouTube, Twitter para llegar a sus fieles. Su teleservicio online es uno de los más exitosos y pionero en su categoría. Conéctese a las redes sociales y allí encontrará muchos testimonios de sus milagros”. De esta manera, se anunciaba la figura del pequeño santo limeño, convertida en un lucrativo negocio de estampas y estatuillas, y, de forma novedosa, de edredones, mantas o flotadores con la efigie impresa del niño.

Aunque no existiera realmente, el Niño Pepita se ponía a la estela de una amplia genealogía de imágenes divinas cuyos poderes no se constituyen en lo que representan sino en la visualidad misma, en su objetualidad. Esta fue la idea de la que partió la cineasta Claudia Llosa en 2010 para realizar este proyecto videográfico en YouTube, en el que mediante un formato documentalista vérité (verdad) retrataba la supuesta experiencia de los seguidores del Niño Pepita por los arrabales de Lima. Llosa, en su filmografía anterior, y especialmente en Madeinusa (2006) ya había explorado con gran intensidad la forma en que las imágenes concitan acontecimientos a su alrededor.

El Niño Pepita nació de la invitación a Llosa a participar en el proceso de investigación y posterior exposición sobre la constitución del imaginario y del mito “hispano” mediante un determinado uso de las imágenes, presentada originalmente en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona en 2010 bajo el título El d_efecto barroco. Políticas de la imagen hispana, y que después se presentaría en Quito (Ecuador). Entre las diversas líneas de investigación propuestas en aquella muestra, se encontraba la noción de “mediación” que numerosas imágenes religiosas, fundamentalmente advocaciones marianas y niños Jesús, habían tejido a su alrededor en España y Latinoamérica. Una gran mayoría de esas imágenes (pinturas o tallas) se habían desarrollado bajo la premisa eclesial de que facilitaban la evangelización entre las capas menos educadas de la población. Al mismo tiempo, las grandes advocaciones hispanas de la Virgen (Nª Sra. de Altagracia, la Virgen de Guadalupe, la de Chiquinquirá, la de la Caridad del Cobre, Nª Sra. de Luján, la Virgen del Mar o Nª Sra. Aparecida) manifestaban sus poderes mediante la imagen, solamente en presencia de “esa imagen”, revelando así una enorme paradoja: por un lado, la Iglesia patrocina la imagen mediadora para acabar con la idolatría de los pueblos prehispánicos y, a la vez, promueve una imagen idolátrica, contraria incluso a los preceptos más elementales de la Iglesia. La Virgen de Guadalupe es, en este sentido, paradigmática: la imagen al óleo que se venera en la basílica mexicana homónima fue pintada en 1531 por la mano misma de la Madre de Dios, sin intervención humana alguna, en riguroso
estilo tardogótico de escuela vallisoletana, siendo acaso el *fake* más trascendente de la humanidad.

Claudia Llosa toma estas cuestiones como punto de partida para exponer cómo la generación de aquellas imágenes encuentra hoy modos de actualizarse en los nuevos medios de comunicación que pretenden “evangelizar” los formatos de la verdad. Escribió la directora peruana: “Se discutirá que vivimos en clave de modernidad y usamos sus herramientas y tecnología pero seguimos arrastrando, en muchos casos, discursos ajenos a ésta, aceptando cualquier raciocinio sin sustancia por más efectista que sea, simplemente porque se acicala y se viste de gala. ¿Es el Niño Pepita un impostor? ¿Es el resultado de una mente sacrílega que sólo quiere lucrarse? ¿Es la masa tan crédula que necesita tener fe en alguien o en algo para calmar sus frustraciones y deseos? ¿Es el santo tan milagroso como sus seguidores aseguran? Puede ser cada uno de estos interrogantes o ninguno de ellos. Tal vez, un híbrido entre un barroco recargado y una modernidad redefinida. O simplemente es un video inescrupuloso y manipulado, que pretende hacerse pasar por la visión inocente y casera de un turista fascinado por la imagen que descubre. Lo único seguro, en cualquier caso, es que el *poder de la imagen* sigue siendo ambiguo y fascinante”.

**Bibliografía**

Canal YouTube de *El Niño Pepita*: https://www.youtube.com/user/elninopepita


A finales de marzo de 1999, comenzaron a aparecer noticias en el mundo del arte europeo acerca de la muerte en circunstancias enigmáticas del artista serbo-esloveno Darko Maver en una prisión serbia cerca de la frontera con Kosovo durante un bombardeo de la OTAN. Maver era conocido por un proyecto de performance nómada, que consistía en la colocación de modelos de cera y goma horriblemente realistas de víctimas de asesinato en una serie de habitaciones de hoteles y casas vacías de toda la ex Yugoslavia, y que había atraído la atención de la prensa artística. Su detención, acusado por las autoridades serbias de distribución de “propaganda anti-patriótica”, había llevado a la “Campaña de Arte Libre” en Italia, con cientos de artistas pidiendo su liberación.

Poco después de su muerte, la Kapelica Gallery de Liubliana exhibió su proyecto Tanz der Spinne (Danza de la araña), y publicó su texto “Desaparición del Cuerpo y Anaphorageneticas”, un escrito enmarañado y confuso. En septiembre de 1999, fue incluido en la 48ª Bienal de Venecia y se montó una retrospectiva integral en el Forte Prenestino, en Roma, con películas biográficas y homenajes teatrales.

Toda la historia quedó trastocada cuando se reveló que Darko Maver no existía. Era una creación de Eva y Franco Mattes, que forman el colectivo 0100101110101101.org, en el marco de los proyectos elaborados por la red Luther Blissett. Pero otra revelación hizo que el sonrojo se convirtiera en macabra palidez: las figuras de cera horriblemente mutiladas, sangrantes y decapitadas con las que Maver se había hecho un nombre artístico, y que habían circulado ampliamente, no eran modelos en absoluto, sino documentos fotográficos de atrocidades reales, extraídos de webs “gore”.

Proyecto de muñecas rusas, Darko Maver compone un juego de exposiciones que se espejan unas con otras: la de los Mattes, la de la obra de Maver, la de las fotos reales, la de los medios de difusión. Todo tejido alrededor de la credulidad que las fantasías de lo nuevo despiertan entre los consumidores culturales. Si la vanguardia militante hizo suyo “the shock of the new”, la posmodernidad se dirime también en una guerra de las imágenes, en la que el escándalo hiperrealista vacía la muerte de realidad y la convierte en ficción. También en una guerra de palabras y relatos construidos sobre el manoseo de los términos que será parodiada por los artistas. Eva y Franco Mattes declaran que su técnicas persiguen no sólo desvelar las insuficiencias del sistema del arte sino conducir a una subversión de los medios: “No necesitamos otros objetos de arte, sino obras de arte capaces de hacer más consciente al espectador”. Y recuerdan que cientos de visitantes de una exposición de Maver celebrada en Bolonia, y que mostraba las imágenes más cruentas del autor, encontraron algo de confort en los textos colgados de la pared. Y evocan unas palabras de Oscar Wilde: “El hombre es menos si mismo cuando habla en propia persona. Dale una máscara y te dirá la verdad”.

Bibliografía
Web de artista: http://0100101110101101.org
TÍTULO: Harry Kipper + Viterbo
AUTOR: Luther Blissett
AÑO: 1994-1997
LUGAR: Italia
MEDIO: Medios / TV (RAI 3)

Mapa de la deriva psicogeográfica planeada por Harry Kipper
Noticia sobre la desaparición de Harry Kipper
Videograma del reportaje sobre el caso Viterbo emitido por el Canal 7 italiano
Chi l’ha visto? (¿Quién lo ha visto?) es el título de un programa italiano del canal de TV RAI 3 que se dedica a rastrear a adolescentes huídos de sus casas, esposas que escapan de sus maridos, pacientes que abandonan manicomios, o gente que se esfuma tras el impago de meses de alquiler. El equipo editorial es una especie de estructura policial, mientras que su presentadora estrella, Giovanna Milella, que “apesta a ideales de clase media y exhorta continuamente a la audiencia para que coopere en sus cacerías humanas semanales, llamando y aportando información, personifica todo aquello que los individuos que estiman la libertad detestan”. El programa se completa con padres que lloran, esposos encolerizados, psiquiatras, familiares y amigos de los que han huido. En junio de 1995, el colectivo anónimo Luther Blissett decidió “exponer” la hipocresía del programa a través de un fake que hizo que los policías de “Chi l’ha visto” se transformaran en los payasos de la prensa sensacionalista.

La primera fase de la acción consistió en la propagación de la historia de un tal Harry Kipper, un artista conceptual británico, que había desaparecido misteriosamente en la frontera entre Italia y Yugoslavia, mientras realizaba su proyecto “Art in Europe”, basado en un recorrido psicogeográfico en bicicleta a través de diversas ciudades, de forma que su trazado en el mapa continental compusiese la palabra ART. Las notas difundidas en los medios se encargaron de recordar que, para Harry Kipper, el mundo se trataba de una obra colectiva donde todos, ya sea de forma consciente o no, tenían un rol fundamental en la creación de todo, y que por lo tanto ninguna creación era puramente individual.

Ante la falta de noticias sobre su paradero, se despierta la alarma entre los amigos y compañeros del movimiento estético en el que Kipper milita, el neoísmo, un ismo paródico (realmente existente) surgido a finales de los años 1970 en Canadá y Estados Unidos que abogaba por las prácticas experimentales y activistas contraculturales bajo formatos de anonimato, apropiacionismo y “plagiarismo” con la mirada puesta en una crítica práctica del concepto burgués de “identidad” y “autoría”. El propio colectivo Luther Blissett no era sino un nuevo avatar neoísta y, de hecho, el nombre de Harry Kipper era el seudónimo creado en 1971 por el dúo de performers afincados en Nueva York, The Kipper Kids, pero que Luther Blissett se reapropió para convertirlo en el centro de su ficción.

El 3 de enero de 1995, la agencia de noticias ANSA difundió la historia desde sus oficinas de Udine (Friuli). Al día siguiente la noticia ya estaba en todos los diarios locales, y prácticamente ningún periódico efectuó variación alguna con respecto al fax original enviado por Blissett. El fax enviado a la agencia ANSA incluía el retrato de Kipper/Blissett, mapas psicogeográficos de “ART” en su versión en Italia y su versión
en Europa, además de los teléfonos de los “artistas” de Boloña y Friuli supuestamente vinculados con Kipper. En realidad, estos “artistas” eran anarquistas y “transmaníacos” que ya trabajaban en proyectos psico-geográficos, lo que contribuyó a que la historia fuese más creíble. El 6 de junio, los productores de Chi l’ha visto llamaron por teléfono a uno de los contactos difundidos, dijeron estar fascinados por la historia de Kipper, mostrándose plenamente dispuestos a cubrir la historia de su desaparición desde Londres, Boloña y Udine simultáneamente. Dos días después, el equipo de Chi l’ha visto llegó a Londres, donde entrevistó a Stewart Home y Richard Essex de la Asociación Psicogeográfica Londinense, quienes perfectamente informados de lo que se tramaba, mostraron a los periodistas la vieja casa de Harry Kipper mientras les facilitaban datos biográficos verosímiles.

Cuando el programa de TV ya estaba editado y a punto de emisión, un televidente de Chi l’ha visto oyó una conversación en un bar y se dio cuenta de que no sólo era una broma la desaparición de Harry Kipper, sino que también lo era su misma existencia. Y así se lo hizo saber a la emisora. El canal decidió no poner en riesgo su reputación y reemplazaron el programa anunciado en el último momento. Sin embargo, Luther Blissett ya había informado a la prensa acerca de toda la verdad acerca de la historia. Al día siguiente los titulares de los periódicos manifestaban: “Chi l’ha visto burlado. Milella queda en ridículo buscando a Harry Kipper, que no existe!”.

Los periódicos también publicaron el comunicado del grupo acerca de lo sucedido:

Nuestra intención va más allá de hacer caer en descrédito al show, logramos hacerlos perder el tiempo buscando a una persona inexistente, mientras que los verdaderos fugitivos lograron permanecer libres. Chi l’ha visto es una expresión Nazi-Pop de la necesidad de controlar.

Este ataque es la mejor forma de mostrar cuan efectivos pueden resultar las técnicas de nombres múltiples. El método permite a varios individuos revolucionarios trabajar en red sin paranoias, permitiéndoles influenciar sin esfuerzo al imaginario colectivo. Esto es mucho más útil que quejarse acerca de la omnipotencia del espectáculo. ¡Transfórmate en Luther Blissett!

Luther Blissett es un nombre de usos múltiples, una “reputación abierta” informalmente adoptado y compartido por cientos de artistas y activistas sociales en toda Europa desde el verano de 1994. En Italia, el Proyecto Luther Blissett –ideado para una duración de cinco años– se convirtió en un fenómeno extremadamente popular entre 1994 y 1999, logrando crear una suerte de héroe popular. Calificados por sí mismos como el Robin Hood de la era de la información, Luther Blissett libró una guerra de guerrillas en la industria cultural, desarrolló campañas de solidaridad poco ortodoxas con víctimas de la censura y la represión y elaboró engaños en los medios como una forma de arte, siempre re-
clamando la responsabilidad y describiendo los fallos del sistema que habían explotado para plantar las falsas historias. Blissett estuvo activo también en otros países, especialmente en España y Alemania.

Para finalizar, cabe recordar otra de las acciones del grupo, que desencadenó todo un fenómeno de desvelamientos mediáticos. Entre 1995 y 1997, decenas de personas de la región de Lacio, en Italia central, elaboraron una espectacular acción donde se simulaban misas negras, sacrificios rituales y caza de brujas en los montes de los alrededores de la ciudad de Viterbo. Los periódicos de la ciudad comenzaron a denunciar los supuestos hechos agregando algunos detalles y la historia acabó en un programa televisivo en horario central con un burdo video que contenía una especie de abuso ritual satánico, dando origen a una psicosis colectiva. La reivindicación fue realizada por Luther Blissett durante el semanario de noticias de la principal cadena televisiva italiana, con una enorme cantidad de pruebas. Los activistas utilizaron la denominación «contrainformación homeopática»: introduciendo una dosis controlada de falsedad en los medios, Luther Blissett demostró la falta de profesionalidad de la mayoría de los periodistas y la sinrazón del pánico moral.

Bibliografía
Luther Blissett: “Come fu che Luther Blissett quasi arrivò a ‘Chi l’ha visto?’”, LutherBlissett.net, 1995: http://www.lutherblissett.net/archive/033_it.html
FAKE Hacerse pasar por otro para precisamente desvelar desde qué "mismidad" aquel pretende hacerse pasar: este es el trasfondo de la memorable acción protagonizada por The Yes Men, cuando uno de sus miembros, haciéndose pasar por el portavoz de la empresa química estadounidense Dow Chemical, anunció en una entrevista televisada en la BBC, en directo y a todo el mundo, que finalmente la compañía pagaría indemnizaciones por valor de 12.000 millones de dólares a los damnificados del desastre químico en Bhopal (India), un accidente ocurrido en 1984 por falta de sistemas de seguridad y que causó la muerte de 20.000 personas y secuelas en cerca de 600.000 por inhalación de ácido clorhídrico. La planta era propiedad de la empresa Union Carbide, más tarde absorbida por Dow Chemical. La asunción por parte de Dow de esa indemnización, según declaró el portavoz, conllevaba la liquidación de Union Carbide.

El cortocircuito moral creado por aquella suplantación fue aterrador. Primero, porque, tras la explosión de la planta química, los abogados de Union Carbide intentaron por todos los medios deshacer cualquier posible culpabilidad de la empresa estadounidense. En un marco generalizado de corrupción política, mediática, judicial y empresarial, la compañía finalmente llegó a un acuerdo con el gobierno indio por el que aceptaba la "responsabilidad moral" y asumía un pago de 470 millones de dólares con destino a las víctimas, cuyas familias recibieron una cantidad media de 2.200 dólares. El fake de The Yes Men recuperaba por un instante la realidad que "tenía que haber sido" y desvelaba la hipocresía de lo que realmente fue.

Segundo, porque la presión que produjo las declaraciones del supuesto portavoz de Dow Chemical (Jude Finisterra) en el ámbito financiero, mediático y social, a través de un medio tan aparentemente solvente como la BBC, reflejó precisamente todo aquello que se quería ocultar. Las acciones de Dow en la Bolsa de Frankfurt cayeron abruptamente en 20 minutos, dejándose 2.000 millones de dólares; todos los medios convirtieron la noticia en "Breaking News" y la población de Bhopal celebró el desenlace de lo que después de 20 años de la catástrofe parecía una batalla perdida. Al cabo de dos horas de la emisión, los representantes reales de Dow Chemical tuvieron que emitir un comunicado en el que declaraban que Jude Finisterra no trabajaba para la empresa, que todo había sido un burdo montaje y que no estaba prevista ninguna indemnización a las víctimas del desastre químico. El fake, una acción ficticia, provocaba la plena revelación de la verdad, siempre hiriente.

Tras destaparse la falsedad de la entrevista, Andy Bichlbaum, el miembro de The Yes Men que la había protagonizado, concedió una entrevista a Channel 4, en la que le preguntaron cómo percibía el hecho de que "las víctimas estén llorando en las calles de Bhopal, tras saber..."
Hacerse pasar por otro para precisamente desvelar desde qué “mismidad” aquel pretende hacerse pasar: este es el trasfondo de la memorable acción protagonizada por The Yes Men, cuando uno de sus miembros, haciéndose pasar por el portavoz de la empresa química estadounidense Dow Chemical, anunció en una entrevista televisada en la BBC, en directo y a todo el mundo, que finalmente la compañía pagaría indemnizaciones por valor de 12.000 millones de dólares a los damnificados del desastre químico en Bhopal (India), un accidente ocurrido en 1984 por falta de sistemas de seguridad y que causó la muerte de 20.000 personas y secuelas en cerca de 600.000 por inhalación de ácido cianhídrico. La planta era propiedad de la empresa Union Carbide, más tarde absorbida por Dow Chemical. La asunción por parte de Dow de esa indemnización, según declaró el portavoz, conllevaba la liquidación de Union Carbide.

El cortocircuito moral creado por aquella suplantación fue aterrador. Primero, porque, tras la explosión de la planta química, los abogados de Union Carbide intentaron por todos los medios deshacer cualquier posible culpabilidad de la empresa estadounidense. En un marco generalizado de corrupción política, mediática, judicial y empresarial, la compañía finalmente llegó a un acuerdo con el gobierno indio por el que aceptaba la “responsabilidad moral” y asumía un pago de 470 millones de dólares con destino a las víctimas, cuyas familias recibieron una cantidad media de 2.200 dólares. El fake de The Yes Men recuperaba por un instante la realidad que “tenía que haber sido” y desvelaba la hipocresía de lo que realmente fue.

Segundo, porque la presión que produjo las declaraciones del supuesto portavoz de Dow Chemical (Jude Finisterra) en el ámbito financiero, mediático y social, a través de un medio tan aparentemente solvente como la BBC, reflejó precisamente todo aquello que se quería ocultar. Las acciones de Dow en la Bolsa de Frankfurt cayeron abruptamente en 20 minutos, dejándose 2.000 millones de dólares; todos los medios convirtieron la noticia en “Breaking News” y la población de Bhopal celebró el desenlace de lo que después de 20 años de la catástrofe parecía una batalla perdida. Al cabo de dos horas de la emisión, los representantes reales de Dow Chemical tuvieron que emitir un comunicado en el que declaraban que Jude Finisterra no trabajaba para la empresa, que todo había sido un burdo montaje y que no estaba prevista ninguna indemnización a las víctimas del desastre químico. El fake, una acción ficticia, provocaba la plena revelación de la verdad, siempre hiriente.

Tras destaparse la falsedad de la entrevista, Andy Bichlbaum, el miembro de The Yes Men que la había protagonizado, concedió una entrevista a Channel 4, en la que le preguntaron cómo percibía el hecho de que “las víctimas estén llorando en las calles de Bhopal, tras saber
que todo era un bulo". Bichlbaum respondió que se trataba de una angustia incomparable a la generada en su día por la empresa química norteamericana.

The Yes Men surgió a principios del 2000 de mano de Jacques Servin (alias Andy Bichlbaum) e Igor Vamos (alias Mike Bonnano). Ambos habían contribuido años antes al desarrollo de un nuevo tipo de activismo denominado *Culture Jamming* o guerrilla de la comunicación (Barbie Liberation Front o RTMark), que entre otras técnicas, utilizaban la impostura, la suplantación de identidad comercial o corporativa (lo que ellos denominan "corrección de identidad") especialmente en los nuevos entornos online. Son proyectos que consisten en ataques al consumismo subvirtiendo algunos de sus procedimientos estándar con la esperanza de provocar cambios en las conductas sociales y políticas.

En esta dirección se han desarrollado la mayoría de proyectos del grupo. Algunos de sus objetivos han sido la Casa Blanca, la Organización Mundial de Comercio, el sistema de vivienda propuesto en Nueva Orleans tras la devastación causada por el huracán Katrina, las compañías petroleras ExxonMobil, Shell y British Petroleum, The New York Times o la Cámara de Comercio de los EE.UU.


**Bibliografía**

Web de artista: http://yeslab.org


TÍTULO: Décret nº 1
AUTOR: Rogelio López Cuenca
AÑO: 1992
LUGAR: Exposición Universal de Sevilla
MEDIO: Acción / Instalación

Cortesía del artista y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid
A caballo entre el final de la década de 1980 y la siguiente, Rogelio López Cuenca inició una serie de proyectos de una gran “efectividad performativa” (Juan Pablo Wert), a modo de intervenciones públicas en contextos urbanos no codificados artísticamente. Estas obras se distingüían por la búsqueda de la interrupción paradójica del sentido de los códigos comunicativos asociados a determinados espacios urbanos o de tránsito, mixtificando formatos y mensajes de forma que la confusión que se produce altere las relajadas expectativas de percepción de los actores sociales.

En 1992, Rogelio López Cuenca realizó Décret nº 1, título que tomaba su nombre del “Decreto nº 1 para la democratización de las artes”, publicado en la Gaceta de los Futuristas de Moscú en 1918; una propuesta para la radical supresión de galerías y museos, al grito de “todo el arte para todo el pueblo”. La obra se enmarcaba en el programa de artes plásticas de la Exposición Universal de Sevilla, que debía desplegarse en los espacios públicos del evento.

El artista planteó una acción-instalación consistente en la colocación de una serie de soportes informativos que parasitaban las formas y formatos de la señalización oficial del recinto. En ellos, aparecían impresos textos e iconos informativos camuflados que infiltraban “otros” discursos dentro de una estructura oficial. Escritos en diversos idiomas, los textos parafraseaban, a menudo en sentido inverso, icónicas frases literarias o filosóficas: “Andate senza meta, il solo ostacolo é il fine” (Id sin meta, el único obstáculo es el fin); “Sous la plage, les pavés” (Bajo la playa, los adoquines); “Lasciate ogni speranza, spettatori: questo é uno spettacolo” (Abandonad cualquier esperanza, espectadores: esto es un espectáculo); “Déjelo todo: el poema se le aparecerá”; “Big brother is watching you” (El Gran Hermano le observa); “Nuestra patria (es) el mundo entero”; “Und wozu Dichter in dürftiger Zeit?” (para qué poetas en tiempo de necesidad). Otros textos e iconos no transmitían ningún mensaje comprensible (“echargede”, “esouslabanal”, “geles”, “enzameta”), tampoco en la relación semiótica entre ellos, dando todo ello una apariencia de caos, confusión y sinsentido.

La obra sufrió un severo proceso de censura por parte de los responsables de la Expo ’92. Los textos más explícitamente políticos o susceptibles de interpretaciones “que pudieran resultar ofensivas para la sensibilidad de algunos invitados” fueron suprimidos. Ciertos módulos y textos, aunque fueron diseñados, no fueron producidos: los que se preguntaban por pabellones que no existían, por ser países sin estado, como Palestina o El Sáhara, o los que hacían observaciones “inapropiadas para el espíritu de la empresa”. Del mismo modo, el área en que habían de emplazarse las señales –en principio, repartidas por todo el recinto de la Expo– fue restringiéndose hasta quedar acotada en un
mundo “recinto artístico”: su principal preocupación era que aquello fuera inconfundible e inmediatamente percibido como arte. Ese objetivo no pudo ser completamente satisfecho, puesto que Décret nº 1 nunca se expuso al público: el día antes de la inauguración oficial, las piezas fueron retiradas y almacenadas, permaneciendo ocultas durante todo el tiempo en que podían cobrar sentido: durante la celebración de la Expo.

En donde la dirección de la Expo vio desconcierto y confusión, y por tanto la razón lógica para suspender el proyecto, el artista percibió la posibilidad de atajar la proposición mecanicista de un orden informativo al servicio de una visión del evento y del mundo en clave de mapa. El cortocircuito de ese mapa podía comportar una cierta paralización de las estrategias políticas que lo habían dibujado.

Bibliografía
Web del artista: http://www.lopezcuenca.com
FAKE

El sueño checo

es un documental que describe el proceso de elaboración de la campaña publicitaria de un falso hipermercado low-cost cerca de Praga. Partiendo del debate social que se produjo en aquellos días en la sociedad checa acerca del cada vez más elevado índice de consumismo y publicidad en un país que solo una década antes era comunista, y justo en el momento en el que la República Checa tenía que decidir si entraba o no en la Comunidad Económica Europea, Klusák y Remunda, los directores –estudiantes de cine–, decidieron construir una gran ficción para revelar ciertas pulsiones sociales que se escondían en aquel debate.

Ambos se dirigen a una agencia de publicidad y a otra de relaciones públicas y las persuade para ejecutar una campaña publicitaria en todo tipo de medios, anunciando la apertura del centro comercial český sen (El sueño checo). Algunos de los mensajes promocionales son “No vengas” o “No gastes”, subrayando una descripción paródica de los mecanismos de construcción de los mensajes publicitarios y sus efectos en el consumidor; todo ello a través de una narración a modo de reality show donde los actores principales son los mismos autores.

El documental finaliza en el día de la inauguración del hipermercado, el 31 de mayo de 2003. Se presentan en el lugar más de 3.000 personas atraídas por la campaña, pero lo que parece en la distancia un gran edificio es en realidad un decorado vacío. La evidencia de que todo era un engaño llevó a los asistentes a diversas reacciones, desde la comprensión hasta el enfado y la ira. En numerosos medios de comunicación la reacción fue de enorme virulencia, y el proyecto fue incluso debatido en el Parlamento checo.

Vít Klusák y Filip Remunda forman parte de una generación de artistas checos que han hecho del fake un formato singular de exploración de cuestiones mediales e identitarias. En esta dirección, cabe entender los trabajos del grupo Ztohoven (alguno de los cuales está presente en la exposición) o del artista David černý, quien en 2009 presentó en la sede del Consejo Europeo en Bruselas la escultura Entropa, una obra realizada originalmente por encargo de la República Checa con ocasión de la Presidencia del Consejo de la Unión Europea. černý produjo lo que parecía ser el resultado de la colaboración de 27 artistas y grupos creativos procedentes de todos los países de la UE. La obra jugaba con marcados estereotipos para ironizar sobre la percepción de cada país europeo. El mapa de España, por ejemplo, estaba enteramente cubierto de cemento bajo un camión-hormigonera de juguete, mientras que el de Polonia presentaba a sacerdotes blandiendo la bandera gay. Se produjo una fuerte controversia política.

Bibliografía


Festival The Influencers, CCCB, Barcelona, 2005: http://theinfluencers.org/cesky-sen
El sueño checo es un documental que describe el proceso de elaboración de la campaña publicitaria de un falso hipermercado low-cost cerca de Praga. Partiendo del debate social que se produjo en aquellos días en la sociedad checa acerca del cada vez más elevado índice de consumismo y publicidad en un país que solo una década antes era comunista, y justo en el momento en el que la República Checa tenía que decidir si entraba o no en la Comunidad Económica Europea, Klusák y Remunda, los directores –estudiantes de cine–, decidieron construir una gran ficción para revelar ciertas pulsiones sociales que se escondían en aquel debate.

Ambos se dirigen a una agencia de publicidad y a otra de relaciones públicas y las persuaden para ejecutar una campaña publicitaria en todo tipo de medios, anunciando la apertura del centro comercial Český sen (El sueño checo). Algunos de los mensajes promocionales son "No vengas" o "No gastes", subrayando una descripción paródica de los mecanismos de construcción de los mensajes publicitarios y sus efectos en el consumidor; todo ello a través de una narración a modo de reality show televisivo donde los actores principales son los mismos autores.

El documental finaliza en el día de la inauguración del hipermercado, el 31 de mayo de 2003. Se presentan en el lugar más de 3.000 personas atraídas por la campaña, pero lo que parece en la distancia un gran edificio es en realidad un decorado vacío. La evidencia de que todo era un engaño llevó a los asistentes a diversas reacciones, desde la comprensión hasta el enfado y la ira. En numerosos medios de comunicación la reacción fue de enorme virulencia, y el proyecto fue incluso debatido en el Parlamento checo.

Vít Klusák y Filip Remunda forman parte de una generación de artistas checos que han hecho del fake un formato singular de exploración de cuestiones mediales e identitarias. En esta dirección, cabe entender los trabajos del grupo Ztohoven (alguno de los cuales está presente en la exposición) o del artista David Černy, quien en 2009 presentó en la sede del Consejo Europeo en Bruselas la escultura Entropa, una obra realizada originalmente por encargo de la República Checa con ocasión de la Presidencia del Consejo de la Unión Europea. Černy produjo lo que aparentaba ser el resultado de la colaboración de 27 artistas y grupos creativos procedentes de todos los países de la UE. La obra jugaba con marcados estereotipos para ironizar sobre la percepción de cada país europeo. El mapa de España, por ejemplo, estaba enteramente cubierto de cemento bajo un camión-hormigonera de juguete, mientras que el de Polonia presentaba a sacerdotes blandiendo la bandera gay. Se produjo una fuerte controversia política.

Bibliografía


Festival The Influencers, CCCB, Barcelona, 2005: http://theinfluencers.org/cesky-sen
FAKE Septiembre de 2004. Un bar de São Paulo por la tarde. La gente, repartida entre las sillas y taburetes del local, hace lo que se hace en los bares: tomar algo, charlar, leer el periódico. Se enciende la tele y aparece la retransmisión de un partido de fútbol en el canal internacional de Televisa, un encuentro entre las selecciones de Brasil y México. Los clientes murmuran desconcertados porque nadie tiene noticia del partido –algo verdaderamente extraño en Brasil cuando juega la selección–, mientras miran en balde las páginas deportivas y la programación televisiva en los diarios. En todo caso, el partido comienza y todas las miradas se dirigen a la pantalla. Parece un torneo amistoso, pero incluso siendo así, es extraño que no se haya anunciado.

El partido empieza mal para Brasil, que pronto encaja dos goles. Los minutos pasan y los astros brasileños no parecen tener el día. Llegan el tercero y el cuarto, el quinto, el sexto de México. A la media parte, el resultado es de México 9, Brasil 0. El entrecejo de la gente está angulado; qué partido más extraño, qué goleada, qué ridículo. Sin embargo, no hay lugar a dudas, México está machacando. Tras la publicidad, comienza la segunda parte. Nada cambia: los goles mexicanos se suceden mientras los locutores de Televisa no esconden su regocijo por la paliza contra el pentacampeón del mundo. La gente en el bar ha optado finalmente por tomárselo a guasa. El resultado final es de escándalo: México 17, Brasil 0.

¿Quién, en Brasil o México, había soñado jamás con semejante marcador? Nadie. Unos, porque saben que nadie les puede colar tal correctivo. Otros, porque saben que nunca lo podrán hacer realidad. Ahí radica uno de los aspectos fundamentales de este hermoso video del artista mexicano Miguel Calderón; intentar introducirse en la proyección del “destino manifiesto” de ambos países. A través del fútbol, mediante una broma, pero con la mira puesta en algo más. Brasil siempre gana. México no. Como una vez señaló el escritor Gilberto Prado, “en el fútbol y en la vida diaria, al mexicano le gusta el ornamento y no la eficacia; gusta del exceso en vez de encarar directamente a portería; eso nos ha costado que en los mundiales nunca hayamos llegado a una semifinal”. Por el contrario, el juego de Brasil, siempre florido, es al mismo tiempo eficaz y resolutivo, contrastando con la imagen que la mayoría de brasileños tienen a menudo sobre su propio país. Con la abultada victoria de México, parecería que, por fin, se deshacen las etiquetas de ganadores y perdedores.

La pieza fue presentada en el marco de la conocida Bienal de la ciudad, pero el artista tenía claro que si quería infiltrarse en los sentimientos de los aficionados debía hacerlo de manera que no pareciera “arte”, porque, o bien, la gente hubiera pasado de la tele, o bien sólo habrían “reído la gracia”. La cuestión era “meterse”, durante unos minutos...
Septiembre de 2004. Un bar de São Paulo por la tarde. La gente, repartida entre las sillas y taburetes del local, hace lo que se hace en los bares: tomar algo, charlar, leer el periódico. Se enciende la tele y aparece la retransmisión de un partido de fútbol en el canal internacional de Televisa, un encuentro entre las selecciones de Brasil y México. Los clientes murmuran desconcertados porque nadie tiene noticia del partido –algo verdaderamente extraño en Brasil cuando juega la selección–, mientras miran en balde las páginas deportivas y la programación televisiva en los diarios. En todo caso, el partido comienza y todas las miradas se dirigen a la pantalla. Parece un torneo amistoso, pero incluso siendo así, es extraño que no se haya anunciado.

El partido empieza mal para Brasil, que pronto encaja dos goles. Los minutos pasan y los astros brasileños no parecen tener el día. Llegan el tercero y el cuarto, el quinto, el sexto de México. A la media parte, el resultado es de México 9, Brasil 0. El entrecejo de la gente está angulado; qué partido más extraño, qué goleada, qué ridículo. Sin embargo, no hay lugar a dudas, México está machacando. Tras la publicidad, comienza la segunda parte. Nada cambia: los goles mexicanos se suceden mientras los locutores de Televisa no esconden su regocijo por la paliza contra el pentacampeón del mundo. La gente en el bar ha optado finalmente por tomárselo a guasa. El resultado final es de escándalo: México 17, Brasil 0.

¿Quién, en Brasil o México, había soñado jamás con semejante marcador? Nadie. Unos, porque saben que nadie les puede colar tal correctivo. Otros, porque saben que nunca lo podrán hacer realidad. Ahí radica uno de los aspectos fundamentales de este hermoso video del artista mexicano Miguel Calderón; intentar introducirse en la proyección del “destino manifiesto” de ambos países. A través del fútbol, mediante una broma, pero con la mira puesta en algo más. Brasil siempre gana. México no. Como una vez señaló el escritor Gilberto Prado, «en el fútbol y en la vida diaria, al mexicano le gusta el ornamento y no la eficacia; gusta del exceso en vez de encarar directamente a portería; eso nos ha costado que en los mundiales nunca hayamos llegado a una semifinal». Por el contrario, el juego de Brasil, siempre florido, es al mismo tiempo eficaz y resolutivo, contrastando con la imagen que la mayoría de brasileños tienen a menudo sobre su propio país. Con la abultada victoria de México, parecería que, por fin, se deshacen las etiquetas de ganadores y perdedores.

La pieza fue presentada en el marco de la conocida Bienal de la ciudad, pero el artista tenía claro que si quería infiltrarse en los sentimientos de los aficionados debía hacerlo de manera que no pareciera “arte”, porque, o bien, la gente hubiera pasado de la tele, o bien sólo habrían “reído la gracia”. La cuestión era “meterse”, durante unos minu-
tos, en las pasiones inmediatas del público, hasta el momento en que, lógicamente, sospecharan.

Para realizar la pieza, Miguel Calderón investigó los partidos celebrados entre las dos selecciones nacionales a lo largo de ocho años. A modo de referencia, señalar que, de 1950 a 2004, México y Brasil habían jugado 32 partidos. La selección mexicana había ganado 7, empatado 6 y perdido 19. De los quince encuentros elegidos, el artista extrajo las secuencias que le permitieron, como en un trabajo de fina orfebrería, editar un nuevo partido. La verosimilitud del juego se reforzaba con escenas de la entrada triunfante de los equipos al Estadio Azteca, el canto de los himnos nacionales o la celebración final en la Plaza del Ángel de la Independencia, en Ciudad de México. La colaboración de Raúl Orvañanos y Enrique El Perro Bermúdez, los dos comentaristas deportivos más conocidos de Televisa, que pusieron voz al partido, subrayó si cabe más la realidad del evento mediático.

Señaló Calderón: “Quería hacer un estudio psicológico del mexicano y me di cuenta que a través del fútbol podía reflejar una actitud colectiva. Lo que pasa en el fútbol es un reflejo de lo que ocurre en nuestra sociedad; quería jugar con la manipulación de la realidad en pos de activar no sólo lo absurdo, sino lo trágico”.

Una de las reseñas de la obra aparecidas en la prensa brasileña llevaba como título “Se vale soñar”.

Bibliografía


no es verdad, no es mentira

tos, en las pasiones inmediatas del público, hasta el momento en que,
lógica, sospecharon.

Para realizar la pieza, Miguel Calderón investigó los partidos cele-
brados entre las dos selecciones nacionales a lo largo de ocho años. A
modo de referencia, señalar que, de 1950 a 2004, México y Brasil habían
jugado 32 partidos. La selección mexicana había ganado 7, empatado 6
y perdido 19. De los quince encuentros elegidos, el artista extrajo las
secuencias que le permitieron, como en un trabajo de fina orfebrería,
editar un nuevo partido. La verosimilitud del juego se reforzaba con
escenas de la entrada triunfante de los equipos al Estadio Azteca, el
canto de los himnos nacionales o la celebración final en la Plaza del
Ángel de la Independencia, en Ciudad de México. La colaboración de
Raúl Orvañanos y Enrique El
Perro
Bermúdez, los dos comentaristas de-
portivos más conocidos de Televisa, que pusieron voz al partido, subra-
yó si cabe más la realidad del evento mediático.

Señaló Calderón: “Quería hacer un estudio psicológico del mexicano
y me di cuenta que a través del fútbol podía reflejar una actitud colec-
tiva. Lo que pasa en el fútbol es un reflejo de lo que ocurre en nuestra
sociedad; quería jugar con la manipulación de la realidad en pos de
activate no sólo lo absurdo, sino lo trágico”.

Una de las reseñas de la obra aparecidas en la prensa brasileña lleva-
daba como título “Se vale soñar”.

Bibliografía

26ª Bienal de São Paulo. Representaciones naciona-

Jorge Luis Marzo, “El arte fuera de contexto”, en Mariano Barbieri y Pancho
Marchiaro (eds), Buscando señal. Lecturas sobre nuevos hábitos de consumo cultural,
Centro Cultural de España, Córdoba (Argentina), 2009, pp. 132-161
Zwalm es una villa flamenca próxima a Gante que organiza una bienal –Kunst&Zwalm– en la que varios artistas son invitados a realizar intervenciones efímeras en diferentes espacios públicos de la población. En su cuarta edición, Pep Dardanyà realizó Consulado 5.1 (con apoyo de la Fundació Espais y la Galería 44), que consistió en transformar una casa deshabitada de Rozebeke, una villa del término municipal de Zwalm, en las oficinas de un ficticio Consulado de la República Democrática del Congo, antiguo Congo Belga. Los días previos a la inauguración se repartieron, por los buzones de la población y de otras poblaciones vecinas, unos volantes que anunciaban la apertura del supuesto Consulado y hacían una relación detallada de los servicios que éste ofrecía.

El proyecto basaba su eficacia en la recuperación de determinados aspectos conflictivos de la historia belga contextualizándolos metafóricamente en la actualidad. La repentina aparición de una representación diplomática congoleña en una pequeña población como Rozebeke no dejaba de ser chocante: reabría un episodio histórico que todavía actualmente es motivo de orgullo para algunos belgas y de infamia para otros e intentaba restaurar la dimensión política del espacio público para convertirlo en un punto de confrontación y de interacción social.

Los trabajos de Pep Dardanyà se desarrollan habitualmente a través de sutiles experimentos antropológicos, generalmente de carácter efímero, con la intención de provocar relaciones entre agentes sociales antagónicos y de generar una reflexión sobre cómo se negocian las diversas “realidades”. En sus instalaciones efímeras habitualmente reconstruye espacios estándar del espacio público pero cambiando el contenido. Estos espacios colonizados o secuestrados por contenidos diferentes son las plataformas en las que se produce el diálogo con las experiencias de los protagonistas de los proyectos. Esta estrategia “ dialógica” se encamina hacia una reflexión sobre la complejidad y las contradicciones de la realidad contemporánea.

Para el artista, se hace necesario “adoptar, apoderarse de los códigos de la cultura, de las conductas y de las formalizaciones de la vida cotidiana, de las obras del patrimonio y hacerlos funcionar en otro contexto. El objetivo es aprender a utilizar estas estructuras, apropiándoselas, con la intención de dotarlas de contenidos diferentes y generar una reflexión crítica respecto a su inmutabilidad”.

Bibliografía
Web del artista: http://www.pepdardanya.com
TÍTULO: ¿Es mailing mail-art?

AUTOR: Isidoro Valcárcel Medina

AÑO: 1992

LUGAR: Madrid

MEDIO: Relación epistolar

Archivo Lafuente-Heras, Cantabria

Correspondencia con Artis-Muti
A finales de los años 1970 creció mucho el interés de los artistas en la apropiación de los lenguajes y formatos comerciales. Marcados por la desmaterialización artística como modo de transformación social, los entornos conceptuales tienden cada vez más a adoptar formatos que sean capaces de insertarse en el tejido en el que el arte comienza a competir, el de la comunicación. El valor de lo expresivo se devalúa frente al valor de lo comunicacional. Las nuevas realidades de las imágenes y sus usos suponen en la escena conceptual una poderosa razón por la que redefinir nuevos horizontes estéticos y políticos, a través de nuevas prácticas que operen desde la sombra de lo confuso, de lo “impertinente”, de lo que no es pertinente. El arte abandona la seguridad y visibilidad de su ecosistema y se sumerge en la competencia con los medios, en el que somos “por fuerza” partícipes: “arte de la participación”, lo llama Isidoro Valcárcel Medina.

Valcárcel Medina desarrolló en 1992 el libro-postal ¿Es mailing mail-art?. Sus páginas están formadas por el meticuloso memorándum de la relación epistolar mantenida a lo largo de un año con toda entidad responsable de cualquier misiva publicitaria nominal que recalara en su buzón. La intención era la de mantener un diálogo con quien se dirige a nosotros con nuestro nombre propio, y responder con cortesía a quien se manifiesta preocupado por mejorar nuestras condiciones de vida. Valcárcel Medina desatendía la cosa prometida en estas circulares para atender en su literalidad a lo que decían prometer, proponiendo una relación bidireccional que clausuraba el orden ficticio de comunicación y desvelaba las falacias de la fantasía comercial, convirtiendo a los reclamantes de atención en reclamados.

La adopción o apropiación de los signos del enemigo es una de las principales técnicas del camuflaje. La simulación de un lenguaje legalista y administrativo puede servir de piel de cordero a fin de exponer a la postre las imposturas de un sistema basado en la publicidad. Este tipo de acciones disruptivas que operan sobre el propio espacio y mecanismos del lenguaje publicitario tendrá continuidad en los años 2000 en obras como Santa Inocencia (2008) de Joan Fontcuberta, en la que el artista trata sobre las posibilidades narrativas del spam o correo basura, mediante la recopilación de la correspondencia intercambiada durante semanas con un estafador cibernético apodado “Capitán Hook”, mientras Fontcuberta se hacía pasar por un cura de la Sagrada Familia, con constancia fotográfica.
A finales de los años 1970 creció mucho el interés de los artistas en la apropiación de los lenguajes y formatos comerciales. Marcados por la desmaterialización artística como modo de transformación social, los entornos conceptuales tienden cada vez más a adoptar formatos que sean capaces de insertarse en el tejido en el que el arte comienza a competir, el de la comunicación. El valor de lo expresivo se devalúa frente al valor de lo comunicacional. Las nuevas realidades de las imágenes y sus usos suponen en la escena conceptual una poderosa razón por la que redefinir nuevos horizontes estéticos y políticos, a través de nuevas prácticas que operen desde la sombra de lo confuso, de lo "impertinente", de lo que no es pertinente. El arte abandona la seguridad y visibilidad de su ecosistema y se sumerge en la competencia con los medios, en el que somos "por fuerza" partícipes: "arte de la participación", lo llama Isidoro Valcárcel Medina.

Valcárcel Medina desarrolló en 1992 el libro-postal ¿Es mail-¿mail-art? Sus páginas están formadas por el meticuloso memorándum de la relación epistolar mantenida a lo largo de un año con toda entidad responsable de cualquier misiva publicitaria nominal que recalara en su buzón. La intención era la de mantener un diálogo con quien se dirige a nosotros con nuestro nombre propio, y responder con cortesía a quien se manifiesta preocupado por mejorar nuestras condiciones de vida. Valcárcel Medina desatendía la cosa prometida en estas circulares para atender en su literalidad a lo que decían prometer, proponiendo una relación bidireccional que clausuraba el orden ficticio de comunicación y desvelaba las falacias de la fantasía comercial, convirtiendo a los reclamantes de atención en reclamados.

La adopción o apropiación de los signos del enemigo es una de las principales técnicas del camuflaje. La simulación de un lenguaje legista y administrativo puede servir de piel de cordero a fin de exponer a la postre las imposturas de un sistema basado en la publicidad. Este tipo de acciones disruptivas que operan sobre el propio espacio y mecanismos del lenguaje publicitario tendrá continuidad en los años 2000 en obras como Santa Inocencia (2008) de Joan Fontcuberta, en la que el artista trata sobre las posibilidades narrativas del spam o correo basura, mediante la recopilación de la correspondencia intercambiada durante semanas con un estafador cibernético apodado "Capitán Hook", mientras Fontcuberta se hacía pasar por un cura de la Sagrada Familia, con constancia fotográfica.
pienso que, al escribirme, han optado uds. por un cierto riesgo (así como por un cierto beneficio), que ahora deben aceptar. Aparte de que mis comentarios son, sobre todo, prue-
ban de interbel por el arte, y también por uds. en cuanto in-
dividuos incuestionablemente afectados por él.

Piensen un poco—antes que en las difí-

cultes cosas que hacen—en las fáciles cosas que no hacen.

Libérándose uds. de la obsesión de domi-

nar un oficio, liberan al arte tal entendido de hacerse pasar

por arte en sí. Y liberan a los demás humanos del gato por lie-

bra que viene a resultar siempre el arte estatuido.

Todo lo dicho hasta ahora ha de entenderse

en una discreta dimensión; nada es universal. Son ideas parti-

culares de un particular. Pero si hay una cosa importante (la

única) de mi carta: en teoría debería impulsarles a los de Ar-

tis-Nuti a contestarme. Y así lo espero. Creo que es un dere-

cho que ha adquirido con mi respuesta.

Como bien pueden suponer, soy también yo

artista; y es con ese compromiso con el que les hablo. No ad-

mito que se encargue la expresión en los simples moldes de

la tradición más interesada y egocéntrica (dicho sea en senti-

do individual y social).

Con mis atentos saludos,

[Sellos: 1. Valcárcel Medina
Toledo, 66
Madrid.

Bibliografía
Joan Fontcuberta, Santa Inocencia, Fundación Santa María de Albarracín, 2009.
27

TÍTULO: Opération Lune (El lado oscuro de la luna)
AUTOR: William Karel
AÑO: 2002
LUGAR: París
MEDIO: TV (Canal Arte France)
Partiendo de la noción de “documentaria”, según la terminología de la cineasta Agnès Varda, William Karel realizó en 2002, para el canal televisivo francés ARTE, uno de los falsos documentales más notables de la historia, Opération Lune. En él, se “explica” cómo el entonces presidente de Estados Unidos, Richard Nixon, ordenó la preparación de un set cinematográfico en el que rodar las escenas de la llegada del hombre a la luna, para así asegurarse la disponibilidad de las imágenes de un evento de tales dimensiones icónicas, ante el temor de que la grabación real no fuera posible.

El documental muestra que, efectivamente, la filmación real de los pasos del astronauta Neil Armstrong sobre la luna el 20 de julio de 1969 no salió como se esperaba, dadas las “payasadas” que éste hizo ante la cámara, y que las imágenes que hoy todos conocemos son, en realidad, el resultado de una filmación secreta realizada en estudio y dirigida por Stanley Kubrick, quien por entonces rodaba 2001, Una odisea del espacio.

Ante el riesgo de que toda la trama pueda salir a la luz, cuando además el KGB o servicio secreto soviético dijo haber descubierto la falsedad de las imágenes, la Casa Blanca decide eliminar a todo el equipo de rodaje que participó en la filmación (siendo una de las secuencias más delirantes del documental), respetando sólo la vida de Kubrick.

Para dar credibilidad al relato presentado, Karel incluyó, junto a papeles ejecutados por actores, entrevistas reales a relevantes personalidades estadounidenses como los secretarios de Defensa y Estado, Donald Rumsfeld y Henry Kissinger, el entonces director de la CIA Richard Helms, el astronauta Buzz Aldrin, el jefe de la Casa Blanca Alexander Haig, el diplomático Vernon Walters o la propia viuda del director, Christiane Kubrick. Las entrevistas fueron sacadas de contexto o se hicieron con preguntas vagas cuyas respuestas pudieran insertarse apropiadamente en el guión de Karel. Paralelamente, mediante el uso de material de archivo procedente de diversas fuentes que cubrieron en su día el escándalo Watergate, la apariencia general del “documental” adquiere un nivel de veracidad sorprendente. Sólo al final del programa, una serie de tomas falsas de las entrevistas revela que se trata de un montaje. Pero, ¿quién se espera a leer los créditos de un documental?

Opération Lune suele citarse como una de las obras cumbres del mockumentary o documental ficticio, no solamente por su impecable factura y el humor inteligente del guión, sino por incidir precisamente en un aspecto fundamental de la cultura de la imagen contemporánea: la sospecha. La llegada de la NASA a la luna es acaso uno de los pilares de las modernas teorías conspiratorias que condicionan la percepción de los grandes mitos históricos recientes mediante su sujeción a estrategias propias de la guerra psicológica que pasan obligatoriamente por la construcción de las imágenes. Por otro lado, y en la línea planteada...
en su día por analistas como Jean Baudrillard, para que exista el mito debe existir la imagen del mismo. En este sentido, declaró Karel: “En el caso de la Luna, si no hubiesen existido imágenes, no habría existido acontecimiento. Y además el cine influye sobre la actualidad. Ha habido una puesta en escena de la toma de Iwo Jima, las fotos de la toma de Reichstag, el desembarco de los estadounidenses en Somalia repetido dos o tres veces para las cámaras cinematográficas... Y durante la guerra del Golfo, o la más reciente de Afganistán, vimos tres o cuatro luces verdes y ni una imagen verdadera... Pensé que era interesante mostrar la importancia de las imágenes, o de la ausencia de imágenes, en un acontecimiento”.

La influencia de Opération Lune en el mundo audiovisual es manifiesta desde que se estrenó. En España, alcanza su apogeo en el reciente caso del falso documental dirigido por Jordi Évole para su programa de periodismo televisivo “Salvados”, titulado Operación Palace (2014), directamente inspirado en el original de Karel. El programa se presentó como un documental de investigación sobre el intento de golpe de estado del 23 de febrero de 1981. Repitiendo el esquema de Karel, Évole solicitó la complicidad de diversas figuras políticas, periodísticas y académicas de la época: Joaquín Leguina, Federico Mayor Zaragoza, Iñaki Anasagasti, Jorge Verstrynge, Felipe Alcaraz, Iñaki Gabilondo, Luis María Ansón, Fernando Ónega o Andreu Mayayo.

El documental planteaba que el intento de golpe del 23-F había sido un montaje político: el Gobierno de Adolfo Suárez planeó un falso golpe y las imágenes transmitidas por Televisión Española del asalto al Congreso habrían sido dirigidas y rodadas por el cineasta José Luis Garci. El documental sugería que, en recompensa por sus servicios o en pago por su silencio, Garci habría obtenido, a través de la acción diplomática del Gobierno español, sus posteriores premios Oscar. El programa, empleando tanto testimonios como imágenes de archivo, abundaba en detalles sobre cómo el Gobierno de la época, en connivencia con los principales líderes de diversas figuras políticas, periodísticas y académicas de la época: Joaquín Leguina, Federico Mayor Zaragoza, Iñaki Anasagasti, Jorge Verstrynge, Felipe Alcaraz, Iñaki Gabilondo, Luis María Ansón, Fernando Ónega o Andreu Mayayo.

El objetivo de Operación Palace (que tomaba el nombre del hotel frente al Congreso en donde se pergeñó el plan) no fue otro, tal y como señaló Évole, que denunciar la falta de transparencia del Estado español con sus ciudadanos, quienes aún, treinta y tres años después, no disponen...
de toda la información referente al intento de golpe de Estado, dando a entender, que esa falta de transparencia, permite crear(167,506),(840,993)bulos informativos o teorías conspiranoicas de toda clase. Además también pretendía crear un sentido crítico en los espectadores, servirles como llamada de atención para que sean capaces de filtrar y de contrastar las informaciones que reciben a diario en los distintos medios de masas. Los ataques a Évole por parte de un nutrido grupo de notables periodistas españoles tras la emisión del falso documental (que logró ser el programa más visto en la historia de la cadena emisora, La Sexta) indican a las claras la notoria incapacidad de una parte importante de la prensa española para admitir que el monopolio de la verdad ya no se encuentra en unos medios de comunicación incapaces de sustraerse de los intereses propios del poder.

Bibliografía


Pedro Javier Gómez, Manuel Casal, “Falso documental y retórica: una exploración desde el contenido y sus efectos”. Opción, año 31, nº especial 1, 2015, pp. 324-337.

no es verdad, no es mentira
de toda la información referente al intento de golpe de Estado, dando a entender, que esa falta de transparencia, permite crear bulos informativos o teorías conspiranoicas de toda clase. Además también pretendía crear un sentido crítico en los espectadores, servirles como llamada de atención para que sean capaces de filtrar y de contrastar las informaciones que reciben a diario en los distintos medios de masas. Los ataques a Évole por parte de un nutrido grupo de notables periodistas españoles tras la emisión del falso documental (que logró ser el programa más visto en la historia de la cadena emisora, La Sexta) indican a las claras la notoria incapacidad de una parte importante de la prensa española para admitir que el monopolio de la verdad ya no se encuentra en unos medios de comunicación incapaces de sustraerse de los intereses propios del poder.

Bibliografía
El interés de Jorge Luis Marzo y Arturo ‘fito’ Rodríguez por la ficción realista viene de lejos. Ya en 2002, ambos habían explorado con éxito la impostura intelectual en el mundo del arte y de la academia. En el catálogo editado con motivo de la exposición En el lado de la televisión, celebrada en el Espai d’Art Contemporani de Castelló (EACC), los autores pergeñaron todo el contenido de la publicación haciendo pasar citas falsas y referencias académicas inexistentes como si fueran fuentes relevantes de los estudios sobre los medios de comunicación. Nadie del EACC sospechó nada y el libro se distribuyó sin problemas. El “éxito” de esta acción tuvo lugar cuando notorias revistas académicas comenzaron a citar con normalidad algunas de las fuentes falsas utilizadas en el libro. Ante las solicitudes de rectificación pública enviadas a las redacciones de aquellas revistas, los autores nunca obtuvieron respuesta.

En 2008, en el contexto de la investigación desarrollada para la exposición Spots electorales. El espectáculo de la democracia, celebrada en La Virreina Centre de la Imatge de Barcelona, y dedicada a explorar el universo de la propaganda electoral en las televisiones de todo el mundo desde 1989 (caída del Muro de Berlín) hasta 2008, Marzo y Rodríguez –comisarios de la muestra– tuvieron la oportunidad de entrevistarse con numerosos responsables de mercadotecnia electoral de decenas de partidos políticos españoles y extranjeros. Dada la naturaleza a menudo delicada de las revelaciones hechas en aquellas entrevistas, y a fin de no comprometer las fuentes de información, Marzo y Rodríguez decidieron crear un personaje ficticio pero haciéndolo pasar por existente, con el objetivo de poner en sus labios lo que habían escuchado en la realidad.

El personaje en cuestión recibió el nombre de Roberto Alfa. Con la participación de algunos colaboradores mexicanos, Alfa fue convertido en una de las figuras más relevantes del marketing político latinoamericano, muy conectado con algunos partidos españoles (algo habitual realmente). Para poder hacer la historia veraz e intrigante al mismo tiempo, se construyó un relato sobre el asesinato de Alfa en extrañas circunstancias en un hotel de la ciudad de Guatemala a principios de 2008. La policía guatemalteca había encontrado en la habitación del hotel un diario personal de Alfa en el que daba rienda suelta a revelaciones íntimas y reflexiones privadas sobre las últimas campañas que había dirigido, circunstancia que había provocado un litigio entre las autoridades locales y la viuda de Alfa por el control y publicidad del documento, haciéndose finalmente la viuda con sus derechos y cediendo el permiso de publicación a dos investigadores argentinos que colaboraron en el catálogo de la exposición de Barcelona.

Entre las numerosas cosas comentadas por Alfa, se podía leer:

Esta mañana he sangrado por la nariz delante de mi hijo. No quiero engañar a nadie.
Es una suerte que no me haya ocurrido frente al jefe. En fin, sé que vamos a ganar;
En 2011, Marzo y Rodríguez fueron invitados por el Departamento de Audiovisuales del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) a realizar una versión televisiva de la historia de Alfa en el marco del programa “Soy Cámara” cuya emisión tenía lugar en la segunda cadena de Televisión Española. Ese el documento que presentamos aquí. Para llevarla a cabo, se contó con la participación de una serie de colaboradores para representar diversos papeles: la viuda, profesionales que habían trabajado con Alfa, expertos en mercadotecnia política, todo ello mezclado con spots electorales reales que, de una forma u otra, habían recibido la influencia de Alfa. Nadie de TVE expresó nunca la más mínima sospecha sobre el reportaje.

La exploración del marketing político en formato vérité tiene largo recorrido. Documentales como Primary (Robert Drew, 1960), Four More Years (Top Value TV Collective, 1972), Trastienda de una elección (1999), Senkyo (Kazuhiro Soda, 2007) han dibujado un panorama revelador sobre la constitución de una descarnada política de las emociones como eje vertebrador de los discursos políticos contemporáneos. El formato de ficción verosímil contribuye en este ámbito a desvelar “el rastro que conduce a nuestras pinches mentiras” (Roberto Alfa). También el mundo del arte ha cartografiado con finura los entresijos de la narrativa política: Antoni Muntadas, Juan Azpí rate o Domingo Mestre entre otros.

**Bibliografía**


YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=mqXTtpEeotk
TÍTULO: National Geographic destapa el fraude de Stonehenge

AUTOR: Antonio Martínez Ron

AÑO: 2009 (28 de diciembre, Día de los Inocentes)

LUGAR: Blog Fogonazos

MEDIO: Internet

La revelación que hace la revista National Geographic en su número de enero va a poner patas arriba el mundo de la Arqueología y abrirá el año 2010 con uno de los mayores escándalos científicos de la historia. En un artículo titulado "Stonehenge, the big hoax", adelantado en la edición digital de EEUU, el arqueólogo Mike Parker Pearson pone encima de la mesa las pruebas que demuestran que el 90% de las piedras que hoy vemos en Stonehenge no pertenecen a la formación original y fueron colocadas en sucesivas "restauraciones" como parte de un gran montaje. Y para atestiguarlo, aporta la correspondencia entre los autores del engaño y las autoridades británicas desde el año 1898 en adelante.

Entre la documentación aportada por Parker Pearson hay cartas, planos, bocetos del proyecto y una colección de fotografías que hasta ahora no habían visto la luz. En muchas de ellas puede observarse a los operarios al servicio de Su Majestad levantando con grúas las pesadas piedras y colocándolas unas sobre otras para simular una gran formación de megalitos. "Debemos construir algo grande", aseguraba el ingeniero jefe en una misiva de febrero de 1901, "un monumento que ponga Gales en la mente de todos y haga palidecer los hallazgos del continente [franceses]".

El autor del artículo, el profesor Parker Pearson, lleva más de diez años dedicado al estudio de este monumento y es el primero en reconocer, con cierto sonrojo, que él mismo ha sido víctima de un montaje de proporciones colosales que ha durado más de cien años. Pearson se topó con la primera pista mientras realizaba un análisis rutinario de la base del altar central, durante uno de los muchos trabajos que ha realizado en la zona.

Como parte del análisis, su equipo analizó esta roca y el resto del círculo central que aparecen en los pocos grabados del monumento anteriores al siglo XX y las comparó con el conjunto. El resultado les dejó sin aliento: cerca del 90% de las grandes rocas de dolerita presentaban una variedad de feldespato incompatible con las rocas de las colinas de Preseli, de donde proceden los megalitos más antiguos. En otras palabras: algo no encajaba en el puzzle de Stonehenge.

Intrigado por los datos, Pearson comenzó a indagar sobre la historia de la excavación y empezó a atar cabos. Revisó los primeros planos de Stonehenge, la documentación primigenia y llegó hasta un misterioso personaje llamado William Gowland, que había trabajado en una primera "restauración" del monumento en 1901. Después de dos años, la investigación le llevó hasta una vieja mansión en Amesbury, perteneciente al propio Gowland, y a varias casas en el entorno de Stonehenge, donde encontró todas las claves para desmontar el engaño.

Los documentos oficiales reconocen a William Gowland como el ingeniero que ayudó en 1901 a restaurar parte de la formación y a levantar la piedra 56, en la parte oeste del gran Trilithon, pero la realidad es que añadió al menos una docena de piedras más y tramó el plan para que en los años posteriores se añadieran decenas de ellas sin conocimiento de la opinión pública.

"La cabeza me daba vueltas", escribe Parker Pearson en National Geographic. "Había decenas de cartas entre Gowland y alguien del gobierno que firmaba como 'Mr H' en las que detallaban un meticuloso plan para convertir la zona en un foco de atracción basado en la cultura druida, y que debía mantenerse en el más absoluto secreto".
La revelación que hace la revista National Geographic en su número de enero va a poner patas arriba el mundo de la Arqueología y abrirá el año 2010 con uno de los mayores escándalos científicos de la historia. En un artículo titulado “Stonehenge, the big hoax”, adelantado en la edición digital de EEUU, el arqueólogo Mike Parker Pearson pone encima de la mesa las pruebas que demuestran que el 90% de las piedras que hoy vemos en Stonehenge no pertenecen a la formación original y fueron colocadas en sucesivas “restauraciones” como parte de un gran montaje. Y para atestiguarlo, aporta la correspondencia entre los autores del engaño y las autoridades británicas desde el año 1898 en adelante.

Entre la documentación aportada por Parker Pearson hay cartas, planos, bocetos del proyecto y una colección de fotografías que hasta ahora no habían visto la luz. En muchas de ellas puede observarse a los operarios al servicio de Su Majestad levantando con grúas las pesadas piedras y colocándolas unas sobre otras para simular una gran formación de megalitos. “Debemos construir algo grande”, aseguraba el ingeniero jefe en una misiva de febrero de 1901, “un monumento que ponga Gales en la mente de todos y haga palidecer los hallazgos del continente [franceses]”.

El autor del artículo, el profesor Parker Pearson, lleva más de diez años dedicado al estudio de este monumento y es el primero en reconocer, con cierto sonrojo, que él mismo ha sido víctima de un montaje de proporciones colosales que ha durado más de cien años. Pearson se topó con la primera pista mientras realizaba un análisis rutinario de la base del altar central, durante uno de los muchos trabajos que ha realizado en la zona.

Como parte del análisis, su equipo analizó esta roca y el resto del círculo central que aparecen en los pocos grabados del monumento anteriores al siglo XX y las comparó con el conjunto. El resultado les dejó sin aliento: cerca del 90% de las grandes rocas de dolerita presentaban una variedad de feldespato incompatible con las rocas de las colinas de Preseli, de donde proceden los megalitos más antiguos. En otras palabras: algo no encajaba en el puzzle de Stonehenge.

Intrigado por los datos, Pearson comenzó a indagar sobre la historia de la excavación y empezó a atar cabos. Revisó los primeros planos de Stonehenge, la documentación primigenia y llegó hasta un misterioso personaje llamado William Gowland, que había trabajado en una primera “restauración” del monumento en 1901. Después de dos años, la investigación le llevó hasta una vieja mansión en Amesbury, perteneciente al propio Gowland, y a varias casas en el entorno de Stonehenge, donde encontró todas las claves para desmontar el engaño.

Los documentos oficiales reconocen a William Gowland como el ingeniero que ayudó en 1901 a restaurar parte de la formación y a levantar la piedra 56, en la parte oeste del gran Trilíthon, pero la realidad es que añadió al menos una docena de piedras más y tramó el plan para que en los años posteriores se añadieran decenas de ellas sin conocimiento de la opinión pública.

“La cabeza me daba vueltas”, escribe Parker Pearson en National Geographic. “Había decenas de cartas entre Gowland y alguien del gobierno que firmaba como ‘Mr H’ en las que detallaban un meticuloso plan para convertir la zona en un foco de atracción basado en la cultura druida, y que debía mantenerse en el más absoluto secreto”.

FAKE
Por lo que se deduce de las notas, el plan fue tramado por el círculo de amistades de Gowland, que incluía a Alfred Harvey (muy bien situado en las más altas esferas de la administración y posible ‘Mr H’) y varios poetas de poco renombre y especialmente interesados por la historia británica.

“Será como un sueño druida”, escribía el poeta Milton Partridge en una carta a Gowland. “Debéis hacer algo a la altura de sir Walter Scott, digno del Rey Arturo”. En otro de los documentos, firmado por un amigo astrónomo de Gowland, Douglas Byron, se presentan varios mapas del cielo de Gales durante el solsticio de verano y la disposición que deben tener las rocas para conseguir el alineamiento. “Es una planificación concienzuda”, insiste Parker Pearson, “se tomaron tiempo de pensar hasta en el último detalle”.

“Las fotografías acabaron de convencerme”, asegura Pearson. Algunas estaban en las casas y otras se las han proporcionado fuentes del gobierno británico, que siguen desde hace meses su investigación y que, aunque no se han pronunciado, tampoco han negado los hechos.

La investigación de Pearson revela que hubo tres “restauraciones” sucesivas, en 1901, 1919 y 1920, y una última en 1958, en las que se añadieron rocas y monolitos falsificados y se ocultó la información a la sociedad británica. Las pruebas fotográficas y documentales muestran que todo fue una gran mentira aunque, como dice Pearson, “parece increíble que algo tan evidente haya tardado tantos años en salir a la luz”.

La documentación original tardará varias semanas en ser publicada, pero las pruebas que presenta National Geographic en este número especial de enero parecen tener suficiente contundencia como para hacer tambalearse el mito de Stonehenge y cuestionar la forma en que ha trabajado la Arqueología en los últimos años.

La sensacional noticia fue trending topic en Twitter y Facebook, además de portada en numerosos blogs y webs de noticias. El fake surtió un gran efecto en los medios internacionales, hasta el punto que National Geographic tuvo que salir al paso para negar la veracidad de la información. El periodista científico responsable del engaño y editor del conocido blog Fagonazos, Antonio Martínez Ron, cuenta que las imágenes que acompañaban al texto corresponden a las fotografías reales hechas durante las restauraciones que se realizaron en el sitio con las piedras originales, sin hacer más retoque que el añadido del logo de la conocida revista. Para darle mayor verosimilitud, añadió personajes reales a la trama. Mike Parker Pearson es un arqueólogo experto en Stonehenge y William Gowland, el malvado ingeniero que empezó el plan, realmente existió y colaboró en la restauración de 1901.

Comentó Martínez Ron: “Mientras preparaba la broma pensé que resultaba inverosímil, pero subestimé el poder que estas historias ‘mugufas’ ejercen sobre la mente humana. Muchos de vosotros confesáis haber caído, al menos espero que hayáis pasado un buen ratito. Este tipo de cosas tienen una parte buena y una mala: la mala es que dentro de poco me encontraré con estas mismas fotos y algún descerebrado
defenderá a capa y espada la teoría que yo inventé (ánimo Iker Jiménez). La buena es que si has caído te enseña por un instante que no debes fiarte de todo lo que lees por muy bien contado que parezca y muchas fuentes que parezcan citar”.

Lo propio de una cultura de la sospecha es querer saber lo que no se puede. Una condición fundamental de los engaños realizados en el mundo científico con el objetivo de desenmascarar su fenomenal espacio de veridicción es que aparenta dar acceso al conocimiento de aquélllo que sólo unos pocos especialistas disponen y sobre cuyo control y autoridad fundamentan su poder. El éxito de estos bulos (hoax) se produce en parte porque permiten a muchos lectores degustar la venganza ante la imposibilidad de dominar un lenguaje y unos procedimientos accesibles solamente a una tecnocracia.

El ámbito de las ciencias es precisamente uno de los terrenos más abonados para la producción de fakes, pues las estructuras académicas de producción y difusión del conocimiento utilizan formatos y mecanismos habitualmente oscuros e indescifrables para la mayoría social. Al mismo tiempo, los convencionalismos (citas, referencias, etc.) sobre los que los científicos basan la difusión de sus investigaciones son tierra abonada para el simulacro y la impostura, ya que el “espectáculo del resultado” ensombrece la letra pequeña de los procedimientos.

Entre los muchos ejemplos de engaños en la difusión científica con la intención de destapar la ciega credibilidad que producen, cabe destacar el llamado Escándalo Sokal. Alan Sokal, profesor de física de la Universidad de Nueva York, envió un artículo a la prestigiosa revista de estudios culturales Social Text, titulado “Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity” (“La transgresión de las fronteras: hacia una hermenéutica transformativa de la gravedad cuántica”), que fue publicado en la primavera de 1996. La tesis del artículo era que la gravedad cuántica es un constructo social, esto es, que la gravedad existe porque actuamos como si existiera. El texto estaba plagado de sinsentidos y banalidades, pero su estructura respondía a las convenciones de este tipo de artículos. Con esta acción, Sokal pretendía mofarse de los discursos posmodernos. Según el autor, en las revistas de humanidades universitarias todo puede ser publicado, incluso si el contenido científico es ficticio, siempre que: a) Sea atractivo; y b) subraye la línea ideológica de los editores.

En esta misma dirección, cabe analizar otros trabajos que, con ayuda de software, componen textos académicos aparentemente apoyados en correctas metodologías de investigación. Eric Mailllet creó en 2006 Générateur de Critique d’Art, un programa que mediante un sistema aleatorio de inteligencia artificial produce textos críticos de arte falsos. Los diferentes tics estilísticos y los autores habitualmente citados son reu-
nidos y mezclados por el software para producir un texto que se sitúa entre lo verosímil y lo paródico.

Por su parte, *The Postmodern Generator* es una página web que toma prestadas de internet fuentes diversas y compone aleatoriamente textos académicos de ciencias sociales y estudios culturales aparentemente reales, bien documentados y de gran profundidad.

Bibliografía


*Museum of Hoaxes*, “dedicado a la exploración de bulos, travesuras y desinformación a lo largo de la historia”: http://hoaxes.org


*The Postmodern Generator*: http://www.elsewhere.org/pomo/
TÍTULO: Un tigre de papel
AUTOR: Luis Ospina
AÑO: 2007
LUGAR: Colombia
MEDIO: Cine / Vídeo
Cortesía del autor
La figura de Pedro Manrique Figueroa fue “descubierta” en 1996 por los artistas Lucas Ospina, François Bucher y Bernardo Ortiz, con la colaboración de la escritora Carolina Sanín, cuando cursaban la carrera de Bellas Artes en la Universidad de Los Andes, en Bogotá. Como exposición de grado, presentaron una muestra conmemorativa del ignorado artista titulada *Exposición de homenaje a Pedro Manrique Figueroa, precursor del collage en Colombia*, en la que, mediante técnicas apócrifas, recobraban su legado evasivo. Aquella primera exposición tendría continuidad en otras muestras, tanto en territorio colombiano como en el extranjero, siempre a partir de un eje vertebrador: cuestionar los formatos de autoridad cultural. Dora Frengel ha señalado en relación a la exposición original de 1996 que “la veracidad de la información se daba por un efecto de coherencia entre los objetos y el nuevo contexto museográfico, así como por una mecánica aseverativa, propia del discurso curatorial”.

Manrique Figueroa, nacido en 1934, había trabajado con un universo popular de imágenes que le condujeron a establecer criterios radicales de ordenación visual: distribuyendo estampas religiosas, pegando y despegando propaganda comercial en los tranvías… Bohemio incontinente, política y poéticamente radical, viviendo permanentemente a la deriva, su obra es rechazada en la gran exposición del Museo Nacional en 1981 y decide desaparecer, perdiéndosele el rastro y permitiendo el mito.

La vida y obra de Manrique Figueroa fue el pretexto al que acudió el conocido cineasta colombiano Luis Ospina para rodar en 2007 una docuficción (*mockumentary*) del personaje. Ospina ya había desarrollado
La figura de Pedro Manrique Figueroa fue “descubierta” en 1996 por los artistas Lucas Ospina, François Bucher y Bernardo Ortiz, con la colaboración de la escritora Carolina Sanín, cuando cursaban la carrera de Bellas Artes en la Universidad de Los Andes, en Bogotá. Como exposición de grado, presentaron una muestra conmemorativa del ignorado artista titulada Exposición de homenaje a Pedro Manrique Figueroa, precursor del collage en Colombia, en la que, mediante técnicas apócrifas, recobraban su legado evasivo. Aquella primera exposición tendría continuidad en otras muestras, tanto en territorio colombiano como en el extranjero, siempre a partir de un eje vertebrador: cuestionar los formatos de auto-ridad cultural. Dora Frengel ha señalado en relación a la exposición original de 1996 que “la veracidad de la información se daba por un efecto de coherencia entre los objetos y el nuevo contexto museográfico, así como por una mecánica aseverativa, propia del discurso curatorial”.

Manrique Figueroa, nacido en 1934, había trabajado con un universo popular de imágenes que le condujeron a establecer criterios radicales de ordenación visual: distribuyendo estampas religiosas, pegando y despegando propaganda comercial en los tranvías… Bohemio incontinente, política y poéticamente radical, viviendo permanentemente a la deriva, su obra es rechazada en la gran exposición del Museo Nacional en 1981 y decide desaparecer, perdiéndosele el rastro y permitiendo el mito. La vida y obra de Manrique Figueroa fue el pretexto al que acudió el conocido cineasta colombiano Luis Ospina para rodar en 2007 una docuficción (mockumentary) del personaje. Ospina ya había desarrollado anteriormente un gran interés en cuestionar el formato documental, como se puede apreciar en Agarrando pueblo (1978), codirigido junto a Carlos Mayolo, y en el que criticaban con sarcasmo el modo en que los documentalistas se acercan a la realidad de forma poco ética, en aquel caso en relación a la imagen de la pobreza en Latinoamérica.

El documental, titulado Un tigre de papel, repasa con ironía y estirando el hilo conductor iniciado en las exposiciones, el recorrido ideológico y creativo de su generación, vertebrada durante la década de 1970, y a la que también ajustaba ciertas cuentas: “Los años sesenta y setenta son una realidad que debemos justificar o criticar a posteriori. Tanto se ha dicho sobre estos años que ya no sabemos qué creer. Es un período que ha sido idealizado, mi(s)tífocado y ficcionalizado. Pero, por lo menos, en aquella época, que ahora parece lejana, había ideales y existía la esperanza de una utopía colectiva […] Ahora, que no hay ideologías en las cuales podemos creer, sentimos nostalgia de aquellas ilusiones perdidas. ¿Fuimos engañados? ¿Fue todo un sueño? ¿Fue todo real?”.

Un tigre de papel es de por sí un (bri)collage en donde se yuxtaponen el arte y la política, la verdad y la mentira, el documental y la ficción; fragmentos dispersos, evidencias y relatos recientes de figuras vivas del mundo cultural colombiano; todo ello tejido a través de las andanzas, sueños y fracasos del fantasmal Manrique Figueroa. Se trata de un calidoscopio documental y alegórico que pretende y consigue poner en tela de juicio “la evidencia”, utilizando precisamente el documental –formato de evidencias– para recuperar la memoria de un personaje clandestino y
extraviado. Ospina desarrolla una perspectiva que proyecta en sí misma sospechas, con el fin de cuestionar la credibilidad de las prácticas institucionales utilizadas para crear realidades que son aceptadas como auténticas e incuestionables. Desarrolla la “historia” a partir de un elegante sistema de conspiración iniciado hace varios años por un grupo de artistas colombianos. Y lo sustenta con un espléndido material de archivo conformado por testimonios, documentos, cartas, cine de propaganda, gráficas, y otros recursos que forman un cuadro de perfecta verosimilitud, con el que alcanza dos objetivos complejos: hacer un “verdadero” documental de una época de la historia colombiana en la que sueños y utopías políticas acabará siendo tigres de papel, y trasladar al espacio público la vertebração del “fracaso” artístico. Luis Ospina y Lucas Ospina han declarado respecto al proyecto sobre Manrique Figueroa: “Sirva, pues, como un reconocimiento a todas esas personas que, teniendo un potencial para la creación, se han visto alejadas de sí mismas y de sus semejantes por circunstancias esquivas que conduce a caminos de poca fortuna y de fracaso, por no poseer el suficiente talento o astucia para triunfar”.

Con Un tigre de papel, Luis Ospina se sumaba a una larga trayectoria de cineastas interesados en lo ficticio como forma de revelar ciertas realidades ocultas en el palimpsesto del archivo visual: la falacia del formato documental como instrumento de certidumbre; la suspensión del espíritu crítico ante ciertas formas de espectáculo; la capacidad de ciertas narrativas de la apariencia para radiografiar la imaginación. La imaginación concebida a la manera de Walter Benjamin: la habilidad para revelar la relación oculta de las cosas, a diferencia de la fantasía que sólo entiende de simulacros. Es, en este sentido, que Un tigre de papel no es una mera docuficción “técnica”, pues simulando una realidad de lo que no existe, presenta el “subtexto” de lo que nunca acaba de verse.

Cabe recordar, en esta dirección, los trabajos de Jim McBride (David Holzman’s Diary, 1969), Carlos Sorín (La era del ñandú, 1986), Haskell Wexler (Medium Cool, 1969), Russ Hexter (Dadetown, 1970), Rob Reiner (This is Spinal Tap, 1984), Rusty Cundieff (Fear of a Black Hat, 1993), Simon Backès (Stolen Art, 2008), Santiago Lorenzo (Manualidades, 1991), Peter Jackson y Costa Botes (Forgotten Silver, 1995) o William Karel (Opération Lune, 2002), esta última exhibida también en la presente exposición.

Bibliografía

Web del artista: http://www.luisospina.com


Vista de la exposición en CosmoCaixa, Barcelona, 2015. Detalle de una de las vitrinas. El programa de televisión Cuarto Milenio se “tragó” la historia como real.

Fotografía manipulada de un grupo de oficiales soviéticos a fin de hacer desaparecer a Ivan Istochnikov. La fotografía original fue tomada en 1967.
En plena guerra fría, Estados Unidos y la URSS trabajaban contra reloj en su carrera hacia la luna. Las presiones políticas prevalecían sobre las garantías técnicas y el programa espacial empezaba a cobrarse víctimas. El 25 de octubre de 1968 fue lanzado desde el cosmódromo de Baikonur la Soyuz 2, con el coronel Ivan Istochnikov y la perrita Kloka a bordo. Por motivos todavía no esclarecidos, quizás a causa del impacto de un micrometeorito, el cosmonauta desapareció en el curso de la misión, tras fallar una acción de ensamblaje con la nave gemela Soyuz 3. Solo se encontró una sospechosa botella de vodka flotando en la misma órbita de la nave con un mensaje de socorro en su interior. El fiasco de la misión, embarradora para la imagen de potencia mundial de la URSS, condujo a las autoridades soviéticas a declarar que la nave operaba automáticamente, sin tripulación, y a borrar de los archivos toda referencia a Istochnikov. Solo con la caída del comunismo en 1991 los documentos secretos pudieron ser desclasificados a fin de desenmascarar aquella increíble impostura.

Este era el relato de los hechos que presentaba la exposición Sputnik, abierta por primera vez en 1997. Organizada por una tal Fundación Sputnik y con ensayos e investigaciones de relevantes académicos estadounidenses y rusos, la muestra consistía en un gran despliegue de imágenes de la vida del malogrado cosmonauta, que incluían las fotografías retocadas en las que se le había hecho desaparecer, y de objetos de la era dorada de la ingeniería espacial soviética como planos técnicos, dibujos, mapas y fotografías tomadas en el espacio exterior. La gran mayoría de visitantes de la exposición dieron por sentado que se encontraban ante una muestra fidedigna de la historia no solo de la carrera espacial sino también de la manipulación que las autoridades de la URSS llevaron a cabo durante décadas en mil frentes para construir un relato ideológico. De hecho, hubo programas de televisión que dieron por cierta la historia y la airearon como tal. Pero todo se torcía si uno iba a un diccionario ruso-castellano e intentaba traducir “Istochnikov”: “fuente-cubierta”. O si uno conocía personalmente a Fontcuberta, puesto que la cara de Istochnikov era la misma.

Fontcuberta se ríe del principio de autoridad fotográfica. No en vano, una de las arqueologías presentes en su obra procede de excavar aquellas disciplinas asociadas al criminalismo forense, a la fisiognomía, a la frenología, a la fotografía antropológica o etnográfica. No hubo jamás una imagen acorde con la realidad, sino la ilusión política de crear una realidad legitimada en la propia imagen. Es, en ese sentido, que hay que entender uno de los mayores intereses del artista: proporcionar imágenes que “no pudieron ser” porque la realidad no quiso legitimarse en ellas ya que no las encontraba adecuadas, ya que no transmitían su verdad institucional. Sputnik no cuenta solamente algo que no ocurrió pero que podría haber ocurrido, sino que presenta lo que ocurrió bajo
imágenes que no pudieron ser posibles “de esa manera”. Así, mediante el recurso a un palimpsesto diacrónico de lo que pudo llegar a ser (el archivo tiene vocación de exhaustividad y de jurisprudencia visionaria: debe reunir y representar todo aquello que se encuentra fuera de él), Sputnik narraba la verdad sobre la ficción de la realidad soviética, sobre la ficción de nuestra interpretación de la realidad soviética, y al mismo tiempo, cuestionaba nuestra capacidad para vislumbrar la verdad a través de los formatos herederos de aquellas ficciones. El fotógrafo cuestionaba, en definitiva, el relato por el cual la realidad se muestra o se oculta en las imágenes, el espacio en el que éstas cobran o pierden la vida.

Ivan Istochnikov a punto de entrar en la Soyuz 2, 1968.

Bibliografía

Web del artista: http://www.fontcuberta.com


TÍTULO: Forgotten Silver (La verdadera historia del cine)
AUTOR: Peter Jackson y Costa Botes
AÑO: 1995 (28 de octubre)
LUGAR: Nueva Zelanda
MEDIO: TV ONE
El falso documental (mofumental, docuficción, faux documentaire, mockumentary) es un subgénero del documental que se caracteriza por presentarse como una interacción entre lo documental y lo argumental, entre lo real y/o lo imaginado. Habitualmente consiste en un texto con formato televisivo o cinematográfico que “parece” y/o “se escucha” como los llamados documentales reality-based, esto es, cuyas fuentes y recursos han sido extraídos o grabados de una realidad objetiva. Se trata, por consiguiente, de textos ficticios que se apropian de la estética del género documental con el fin de generar un alto grado de verosimilitud.

Son numerosos los ejemplos de documentales falsos producidos en la televisión y el cine con la intención de hacerlos pasar por reales. Sin embargo, a diferencia de la mera manipulación, propia de la propaganda política, la guerra psicológica o determinado marketing comercial, existe un buen número de docuficciones que, al utilizar técnicas mixtas de montaje de material grabado y de archivo también propias de la manipulación visual y del camuflaje formal, pretenden no tanto engañar como vertebrar una reflexión sobre la constitución de los relatos, de sus potenciales imaginarios, y de los formatos de autoridad que los legitiman. A diferencia de la simple mentira, que se mueve con una voluntad de permanencia, el fake siempre tiene como condición indispensable la pronta revelación de su carácter ficticio. Es precisamente el momento del desvelamiento, del registro de los efectos causados en el espectador, cuando el fake adquiere su pleno sentido.

De entre los casos más notables de este tipo de falsos documentales, cabe destacar Forgotten Silver (1995), cuyo título en castellano es La verdadera historia del cine. Concebido originariamente por Costa Botes en 1990 y a cuyo proceso se sumaría más tarde Peter Jackson, el documental plantea la historia del hallazgo en un cobertizo de cientos de películas de nitrato de 35mm grabadas a final del siglo XIX por el neozelandés Collin McKenzie, convirtiéndose así no sólo en el pionero del cine del país austral, sino en el auténtico inventor del medio, ya que sus exitosas investigaciones sobre cámaras de cine, película en color, sonido sincronizado, travelling y otras técnicas cinematográficas precedieron a las desarrolladas por D.W. Griffith y los hermanos Lumière.

Forgotten Silver se presenta como una investigación a fondo sobre McKenzie. Descubre que fue quien grabó el primer vuelo realizado por el hombre, llevado a cabo por Richard Pierse, desmontando así a los hermanos Wright. La cinta cuenta también con (falsos) testimonios de actores, directores, archivistas, historiadores del cine y productores. Durante el documental se analizan también los pasos que siguió McKenzie para grabar Salomé, su obra maestra, que es mostrada por primera vez en la historia, siendo rodada, naturalmente, por Jackson y Botes siguiendo los cánones de las primeras épocas del cine.
El film fue estrenado en 1995 en uno de los canales de la TNZ, emisora pública de Nueva Zelanda, y causó una gran conmoción social. La audiencia creyó que las imágenes y los testimonios eran reales. Los medios celebraron la figura de Collin McKenzie como un nuevo héroe nacional. Pocos días después del estreno, Jackson y Botes revelaron el carácter ficticio del documental, lo que, a su vez, causó una gran controversia.

Bibliografía


El film fue estrenado en 1995 en uno de los canales de la TNZ, emisora pública de Nueva Zelanda, y causó una gran conmoción social. La audiencia creyó que las imágenes y los testimonios eran reales. Los medios celebraron la figura de Collin McKenzie como un nuevo héroe nacional. Pocos días después del estreno, Jackson y Botes revelaron el carácter ficticio del documental, lo que, a su vez, causó una gran controversia.

Bibliografía


TÍTULO: Lenin Cumbe
AUTOR: Agustín Parejo School
AÑO: 1992
LUGAR: Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla
MEDIO: Exposición

Pintura plástica sobre 17 monitores de diversas medidas
Uno de los grupos más destacados del activismo artístico de los años 1980 en España fue Agustín Parejo School (1982-1994), colectivo que se conformó a finales de los años setenta en Málaga, y que estuvo formado por estudiantes de magisterio, filosofía y letras, en conexión con otros grupos dedicados a la distribución postal de regrabaciones musicales o de fanzines. Convencidos de que la creación no debía restringirse al mundo de los profesionales y podía ser perfectamente anónima, APS buscaba sustraerse al corsé disciplinar, evitar el valor de la autoría y extender los formatos: fundición, obra cerámica, piezas de alta costura, camisas estampadas con poemas, una línea para el hogar de ropa de cama, soportes “blandos” de distribución masiva –pegatinas, carteles, postales–, vídeos y grabaciones musicales, pintadas, y acciones en la calle: todo ello con la intención de superar el territorio convencional del arte, acercándose a lo que hoy se conoce como guerrilla semiótica, comunicativa.

APS fue uno de los grupos artísticos que mejor adelantó un tipo de práctica colectiva que abandonaba el activismo segmentado e inconfundible del antifranquismo para pasar a cultivar la confusión, política, literaria, histórica. Mediante técnicas de apropiación y manipulación de los códigos y entornos comunicativos de los espacios públicos, APS pretendía provocar algunas disfunciones en la recepción.

Tras una invitación cursada por el Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla, y en el contexto del año de la Expo '92, APS aprovechó el Quinto Aniversario del “Descubrimiento” de América para producir una ejercicio de veridicción. El resultado fue la exposición de las obras de un ficticio artista ecuatoriano llamado Lenin Cumbe. Un miembro de APS, de paso por Guayaquil, conoce la historia de un pintor local amateur, naif, que se dedica a pintar la superficie de los televisores, reproduciendo las noticias u otras escenas, una costumbre nacida tras una conversación de bar sobre las ventajas de que el establecimiento tenga televisión para atraer clientela. APS enseguida le ofrece a Cumbe formar parte del grupo, celebrando un “acto tal de apropiación por parte de una iniciativa
Uno de los grupos más destacados del activismo artístico de los años 1980 en España fue Agustín Parejo School (1982-1994), colectivo que se conformó a finales de los años setenta en Málaga, y que estuvo formado por estudiantes de magisterio, filosofía y letras, en conexión con otros grupos dedicados a la distribución postal de regrabaciones musicales o de fanzines. Convencidos de que la creación no debía restringirse al mundo de los profesionales y podía ser perfectamente anónima, APS buscaba sustraerse al corsé disciplinar, evitar el valor de la autoría y extender los formatos: fundición, obra cerámica, piezas de alta costura, camisas estampadas con poemas, una línea para el hogar de ropa de cama, soportes “blandos” de distribución masiva –pegatinas, carteles, postales–, vídeos y grabaciones musicales, pintadas, y acciones en la calle: todo ello con la intención de superar el territorio convencional del arte, acercándose a lo que hoy se conoce como guerrilla semiótica, comunicativa.

APS fue uno de los grupos artísticos que mejor adelantó un tipo de práctica colectiva que abandonaba el activismo segmentado e inconfundible del antifranquismo para pasar a cultivar la confusión, política, literaria, histórica. Mediante técnicas de apropiación y manipulación de los códigos y entornos comunicativos de los espacios públicos, APS pretendía provocar algunas disfunciones en la recepción.

Tras una invitación cursada por el Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla, y en el contexto del año de la Expo '92, APS aprovechó el Quinto Aniversario del “Descubrimiento” de América para producir una ejerciocio de veridicción. El resultado fue la exposición de las obras de un ficticio artista ecuatoriano llamado Lenin Cumbe. Un miembro de APS, de paso por Guayaquil, conoce la historia de un pintor local amateur, naïf, que se dedica a pintar la superficie de los televisores, reproduciendo las noticias u otras escenas, una costumbre nacida tras una conversación de bar sobre las ventajas de que el establecimiento tenga televisión para atraer clientela. APS enseguida le ofrece a Cumbe formar parte del grupo, celebrando un “acto tal de apropiación por parte de una iniciativa McDonald”, pintura plástica sobre televisor, 43 x 56 cm.

La exposición resultante y su difusión intentaron cumplir todas las convenciones del sistema artístico a fin de emborronar su verdadera naturaleza. La muestra titulada Agustín Parejo School presenta a Lenin Cumbe, constaba de doce de los televisores pintados con escenas alusivas a diversos focos informativos: políticos, celebridades, guerra, deporte, consumo, emigración. Varios de los monitores habían sido especialmente pintados para la exposición, y recogían algunas de las impresiones del artista ecuatoriano en su breve paso por España: la reina Sofía echando un brindis, un bocadillo de calamares, el control de pasaportes, el incendio de la Expo '92.

Bibliografía


*Agustín Parejo School*, exposición en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, Sevilla, enero-mayo de 2016. Comisariada por Jesús Alcaide.
FAKE

No Fun (No es divertido) consiste en el vídeo editado de una performance online en el que los artistas simulan un suicidio por ahorcamiento mientras filman las reacciones de los usuarios conectados. La performance tuvo lugar en una popular página web (Chat Roulette) que pone en contacto aleatoriamente a gente de todo el mundo mediante un sistema de conversación por webcam. Miles de usuarios observaron al personaje (Franco Mattes) colgando de una cuerda aparentemente sin vida y balanceándose durante horas sin saber si se trataba de algo real o no. Fueron ellos los que inconscientemente se convirtieron en el tema de la obra. Las reacciones fueron dispares: algunos reían, creyendo que era una broma, otros permanecían imperturbables, algunos insultaban al supuesto cadáver, otros se masturbaban, había gente que tomaba fotos de la escena, y sólo uno llamó a la policía.

Tal y cómo señalan Eva y Franco Mattes, No Fun, basada en noticias reales, “intenta crear una imagen de la soledad más extrema, exagerando la distancia y la falta de compromiso real en los encuentros online para así ralentizar el inacabable flujo de los medios sociales con un momento de absoluta realidad”. Y añadían: “Ya que vivimos online tenemos que acostumbrarnos a morir online”.

En opinión de Marco Deseriis, “No Fun destapa cuestiones perturbadoras tanto sobre la hiperrealidad del mediascape contemporáneo como sobre la espectacularización orwelliana de la vida y la muerte. Pero sería simplista culpar a internet por el agotamiento dramático de la interacción social a distancia. Lo que es más difícil de reconocer es nuestra propia complicidad y deseo de ser seducidos por las últimas maravillas tecnológicas. En nuestra obsesión diaria por la atención de los medios, frecuentemente disfrazada como búsqueda de una comunicación auténtica, acabamos estando tan narcisísticamente preocupados por mirarnos a nosotros mismos que ya no podemos reconocer al otro”.

Eva and Franco Mattes operan como dúo bajo el paraguas de 0100101110101101.org, y han trabajado extensamente en dos líneas principales de exploración: el cuestionamiento de las asunciones sociales impuestas en los medios de comunicación interactivos, siendo uno de los grupos creativos y activistas más notables del Net Art, y la deconstrucción irónica de los espacios de veridicción culturales, especialmente artísticos. Algunos de sus trabajos colaborativos incluyen fakes como el de Darko Maver y otros junto al colectivo Luther Blissett, presentes también en la exposición.
No Fun (No es divertido) consiste en el vídeo editado de una performance online en el que los artistas simulan un suicidio por ahorcamiento mientras filman las reacciones de los usuarios conectados. La performance tuvo lugar en una popular página web (Chat Roulette) que pone en contacto aleatoriamente a gente de todo el mundo mediante un sistema de conversación por webcam. Miles de usuarios observaron al personaje (Franco Mattes) colgando de una cuerda aparentemente sin vida y balanceándose durante horas sin saber si se trataba de algo real o no. Fueron ellos los que inconscientemente se convirtieron en el tema de la obra. Las reacciones fueron dispares: algunos reían, creyendo que era una broma, otros permanecían imperturbables, algunos insultaban al supuesto cadáver, otros se masturbaban, había gente que tomaba fotos de la escena, y sólo uno llamó a la policía.

Tal y cómo señalan Eva y Franco Mattes, No Fun, basada en noticias reales, “intenta crear una imagen de la soledad más extrema, exagerando la distancia y la falta de compromiso real en los encuentros online para así ralentizar el inacabable flujo de los medios sociales con un momento de absoluta realidad”. Y añadian: “Ya que vivimos online tenemos que acostumbrarnos a morir online”.

En opinión de Marco Deseriis, “No Fun destapa cuestiones perturbadoras tanto sobre la hiperrealidad del mediascape contemporáneo como sobre la espectacularización orwelliana de la vida y la muerte. Pero sería simplista culpar a internet por el agotamiento dramático de la interacción social a distancia. Lo que es más difícil de reconocer es nuestra propia complicidad y deseo de ser seducidos por las últimas maravillas tecnológicas. En nuestra obsesión diaria por la atención de los medios, frecuentemente disfrazada como búsqueda de una comunicación auténtica, acabamos estando tan narcisístamente preocupados por mirarnos a nosotros mismos que ya no podemos reconocer al otro”.

Eva and Franco Mattes operan como dúo bajo el paraguas de 0100101110101101.org, y han trabajado extensamente en dos líneas principales de exploración: el cuestionamiento de las asunciones sociales imprevistas en los medios de comunicación interactivos, siendo uno de los grupos creativos y activistas más notables del Net Art, y la deconstrucción irónica de los espacios de veridicción culturales, especialmente artísticos. Algunos de sus trabajos colaborativos incluyen fakes como el de Darko Maver y otros junto al colectivo Luther Blissett, presentes también en la exposición.

**Bibliografía**

Web de artista: http://0100101110101101.org


En los años setenta, el accionismo en España se vio inevitablemente condicionado por la presencia de la dictadura. Esta circunstancia conllevaba que toda intervención en el espacio público no artístico fuera interpretado en clave de manifestación antifranquista, y fuera habitualmente operado desde las claves tradicionales del discurso marxista, por el cual las obras de arte debían operar al margen del fetichismo económico y cerrado que le imponía su impronta de clase, a fin de insertarse eficazmente en la lucha social y política. No obstante, algunos ejemplos de aquellos años indican la heterogeneidad de aproximaciones en el seno de estas actividades, que dentro de lo que podríamos denominar prácticas conceptuales o situacionistas “populares”, perseguían irrumpir allí donde al arte no se le espera, para, además de apelar al constructo de las regulaciones sociales, proyectar una reflexión sobre nuevas funciones de la práctica artística que no pasaran por su mera mercantilización.

En 1977, un grupo de amigos, algunos de ellos exjugadores de baloncesto del Real Madrid y del Estudiantes, trató de escapar de la “seriedad” del arte conceptual llevándolo al terreno del juego. Configurado como Club Deportivo con el nombre de Passion D. I. (Deportes e Ideas, Conceptuales en la Palestra), se inscribió en la Liga Castellana de Baloncesto (Tercera Regional) en la temporada 1977-78, dispuestos a hacer espectáculos artísticos mientras competían: “Nació así un club deportivo que pretendía convertir el deporte no en una lucha entre
En los años setenta, el accionismo en España se vio inevitablemente condicionado por la presencia de la dictadura. Esta circunstancia conllevaba que toda intervención en el espacio público no artístico fuera interpretado en clave de manifestación antifranquista, y fuera habitualmente operado desde las claves tradicionales del discurso marxista, por el cual las obras de arte debían operar al margen del fetichismo económico y cerrado que le imponía su impronta de clase, a fin de insertarse eficazmente en la lucha social y política. No obstante, algunos ejemplos de aquellos años indican la heterogeneidad de aproximaciones en el seno de estas actividades, que dentro de lo que podríamos denominar prácticas conceptuales o situacionistas “populares”, perseguían irrumpir allí donde al arte no se le espera, para, además de apelar al constructo de las regulaciones sociales, proyectar una reflexión sobre nuevas funciones de la práctica artística que no pasaran por su mera mercantilización.

En 1977, un grupo de amigos, algunos de ellos exjugadores de baloncesto del Real Madrid y del Estudiantes, trató de escapar de la “seriedad” del arte conceptual llevándolo al terreno del juego. Configurado como Club Deportivo con el nombre de Passion D. I. (Deportes e Ideas, Conceptuales en la Palestra), se inscribió en la Liga Castellana de Baloncesto (Tercera Regional) en la temporada 1977-78, dispuestos a hacer espectáculos artísticos mientras competían: “Nació así un club deportivo que pretendía convertir el deporte no en una lucha entre
contrarios sino en un espectáculo artístico, en el que tuvieran cabida las más renovadoras tendencias del arte contemporáneo y surgió como contrapunto ideológico a la figura del deportista-gladiador profesional que exige la alta competición moderna, con la posibilidad añadida de introducir acciones artísticas en el deporte, y para enriquecer la rigidez del reglamento y de las tácticas y movimientos de los deportistas, enca-
minadas únicamente a imponerse al adversario".

El club repartía panfletos entre jugadores y público con el ideario y las intenciones. Se logró cierto entendimiento por parte de algunos equipos y árbitros, aunque el comité de competición llegó a multar al club por “antideportividad”. Algunas de sus directrices incluían:

- La geometría: “Valorar el espacio, la geometría es parte del juego y tiene mucho que ver con la plástica; cubrir una esquina es algo muy serio; hacer tangentes a una circunferencia; girar animado por la centri-
peta para salir despedido”.

- La competición: “No interesa ganar al contrario, interesa más con-
tagiarle de ciertas actitudes, hacerle participe de las jugadas, formal y geométricamente, y de sus movimientos en el espacio. Interesa ver cómo responden ante la falta de interés por ganarles, ante el interés por crear jugadas plásticas. Jugar con aquello que no está estipulado en las normas: pintar o hacer un drible a un jugador del equipo con-
trario, cuando se le ha superado, dejar el balón botando y recitarle un fragmento de un poema; llevar confeti o plumas escondidos para soltar o lanzar, por ejemplo, a la vez que se lanza el balón en un tiro libre y se anota; variables de tiros libres; tiro libre a modo de lanzamiento de peso, todo lo lejos que se pueda; usar el humor es fundamental”.

- Elementos interrumpidos: “Que las jugadas se paren por una falta, por ejemplo, campo atrás, puede ser parte de la propia jugada ensayada, como la danza contemporánea, donde un movimiento brusco se para”.

El equipo planteaba, además, una serie de jugadas:

- Jugada Fuga: “A la señal, todos los jugadores que defienden escapan del terreno de juego hacia diversas direcciones. Se produce un vacío, el equipo atacante no sabe qué hacer, se quedan solos, no están acostum-
brados a que todo el mundo desaparezca”;  

- Jugada Mondrian: “Cuatro jugadores permanecen haciendo cuadrados sobre el espacio. El que tiene la pelota busca cómo pasársela a uno de estos cuadrados, cuando la suelta, comienza a hacer cuadrados él tam-
bién. El que recibe la pelota deja de hacer el cuadrado e intenta buscar otro pase. Los jugadores del equipo contrario corren alrededor de ellos, dibujando líneas”.

- Jugada Dada: “Los jugadores van avanzando en el espacio pasándose la pelota uno cerca del otro y diciéndose DA DA DA”.

- Jugada Cinta Moebius: “Los jugadores corren por el campo en forma de cinta de Moebius, el balón deambula entre ellos. Una cuadratura del círculo”.

Tras la experiencia del baloncesto, se pasaron al waterpolo, inscri-
biéndose en la Primera División de la temporada 1978-79 bajo el nombre de Aquassion (Conceptuales en Remojo). Advertían de sus intenciones al público y al equipo contrario antes de cada partido: analizaban las posibilidades estéticas de la indumentaria, del terreno de juego, de las reglas y de los árbitros. Finalmente fueron sancionados por el Tribunal de Competición y abandonaron.

Acuerdo de sanción del Comité de Competición de la Federación Castellana de Baloncesto por la actitud antideportiva del Club Passion, 1978.

Bibliografía


En 2010, el Centre Cívic de Sant Andreu de Barcelona les dedicó una pequeña ex-
posición, coordinada por David Armengol: http://torneopassion.wordpress.com/
Acuerdo de sanción del Comité de Competición de la Federación Castellana de Baloncesto por la actitud antideportiva del Club Passion, 1978.

Tras la experiencia del baloncesto, se pasaron al waterpolo, inscribiéndose en la Primera División de la temporada 1978-79 bajo el nombre de Aquassion (Conceptuales en Remojo). Advertían de sus intenciones al público y al equipo contrario antes de cada partido: analizaban las posibilidades estéticas de la indumentaria, del terreno de juego, de las reglas y de los árbitros. Finalmente fueron sancionados por el Tribunal de Competición y abandonaron.

Bibliografía


En 2010, el Centre Cívic de Sant Andreu de Barcelona les dedicó una pequeña exposición, coordinada por David Armengol: http://torneopassion.wordpress.com/passion-1977/
En 2000, en el marco de los programas de producción del grupo Consonni, el artista francés Matthieu Laurette realizó El Gran Trueque, un concurso televisivo emitido por el Canal Bizkaia (Canal de televisión del Bilbao Metropolitano), que proponía al público un proceso real de intercambios: una serie de trueques en cadena. Usando la retórica publicitaria y las estrategias de marketing, cuestionaba la lógica capitalista de la ganancia. A través del dispositivo televisivo se desplegaba una reflexión sobre los vínculos entre los medios y el mercado, así como también sobre el radio de acción del espacio artístico, ahora explotado como espacio consumista.

Un folleto distribuido en 150.000 buzones proporcionó información a todos los habitantes de Bilbao. A partir del 3 de enero, todos los días en Canal Bizkaia antes y después de los informativos, el programa El Gran Trueque presentaba el objeto de la semana. El público era invitado a proponer por teléfono el objeto que sería capaz de comprar y de intercambiar. Únicamente la oferta más elevada era seleccionada. La compra del objeto propuesto y su intercambio con el objeto en juego, se efectuó cada semana en las tiendas de Bilbao ante las cámaras de televisión y los medios de comunicación, desvelando a la persona que había hecho la mejor oferta. El objeto comprado e intercambiado se convertía a su vez en el Gran Trueque de la semana siguiente. El primer objeto en juego fue un coche nuevo y acabó con el trueque de objetos irrisorios. El programa era animado por la presentadora Alicia San Juan y llegó a más de 50.000 hogares cada día.

Matthieu Laurette interviene en el elemento constitutivo del sistema mercantil: el circuito regulado de los productos y de los valores. La compra de un objeto de valor menor se convierte en moneda de cambio para la adquisición de un objeto de valor superior. Los trueques demuestran a la inversa de la lógica de la ganancia, una pérdida acumulada que convierte en incoherente la relación de equivalencia entre el primer valor intercambiado y el último. Utilizando la televisión como medio y cuestionando los criterios del establecimiento del intercambio, Matthieu Laurette va más allá del cuestionamiento del status de la obra. Se apoya con ambigüedad sobre las relaciones existentes entre los medios y el mercado, y aborda uno de los envites contemporáneos del arte.

Los trabajos de Laurette centrados en la exploración de la constitución espectacular del arte hay que entenderlos a la estela de los debates situacionistas abiertos en Francia en los años 1960. En este sentido, Alexis Vaillant señaló que “ver el trabajo de Laurette únicamente en términos de estrategias incluso lingüísticas, de infiltración de los medios, de perturbaciones, de inserciones, de parasitajes o de contaminaciones (o ¿cómo creer en las pequeñas revoluciones?), revela ante todo la naturaleza de los fantasmas transferidos sobre dispositivos de este orden.”
En 2000, en el marco de los programas de producción del grupo Consonni, el artista francés Matthieu Laurette realizó *El Gran Trueque*, un concurso televisivo emitido por el Canal Bizkaia (Canal de televisión del Bilbao Metropolitano), que proponía al público un proceso real de intercambios: una serie de trueques en cadena. Usando la retórica publicitaria y las estrategias de marketing, cuestionaba la lógica capitalista de la ganancia. A través del dispositivo televisivo se desplegaba una reflexión sobre los vínculos entre los medios y el mercado, así como también sobre el radio de acción del espacio artístico, ahora explotado como espacio consumista.

Un folleto distribuido en 150.000 buzones proporcionó información a todos los habitantes de Bilbao. A partir del 3 de enero, todos los días en Canal Bizkaia antes y después de los informativos, el programa El Gran Trueque presentaba el objeto de la semana. El público era invitado a proponer por teléfono el objeto que sería capaz de comprar y de intercambiar. Únicamente la oferta más elevada era seleccionada. La compra del objeto propuesto y su intercambio con el objeto en juego, se efectuó cada semana en las tiendas de Bilbao ante las cámaras de televisión y los medios de comunicación, desvelando a la persona que había hecho la mejor oferta. El objeto comprado e intercambiado se convertía a su vez en el Gran Trueque de la semana siguiente. El primer objeto en juego fue un coche nuevo y acabó con el trueque de objetos irrisorios. El programa era animado por la presentadora Alicia San Juan y llegó a más de 50.000 hogares cada día.

Matthieu Laurette interviene en el elemento constitutivo del sistema mercantil: el circuito regulado de los productos y de los valores. La compra de un objeto de valor menor se convierte en moneda de cambio para la adquisición de un objeto de valor superior. Los trueques demuestran a la inversa de la lógica de la ganancia, una pérdida acumulada que convierte en incoherente la relación de equivalencia entre el primer valor intercambiado y el último. Utilizando la televisión como medio y cuestionando los criterios del establecimiento del intercambio, Matthieu Laurette va más allá del cuestionamiento del status de la obra. Se apoya con ambigüedad sobre las relaciones existentes entre los medios y el mercado, y aborda uno de los envites contemporáneos del arte.

Los trabajos de Laurette centrados en la exploración de la constitución espectacular del arte hay que entenderlos a la estela de los debates situacionistas abiertos en Francia en los años 1960. En este sentido, Alexis Vaillant señaló que "ver el trabajo de Laurette únicamente en términos de estrategias incluso lingüísticas, de infiltración de los medios, de perturbaciones, de inserciones, de parasitajes o de contaminaciones (o ¿cómo creer en las pequeñas revoluciones?), revela ante todo la naturaleza de los fantasmas transferidos sobre dispositivos de este orden."
‘Infiltrar los media y tomarse uno mismo por un virus es una estupidez casi tan grande como creer que hay una conspiración para ocultar la muerte de Eddie Barclay’ [Ariel Wizman].

Bibliografía


Alexis Vaillant, “¿No nos hemos visto antes en algún sitio?”, *Zehar*, Nº 41, 1999, pp. 8-17.
¿Has soñado con este hombre?

AUTOR: Andrea Natella
AÑO: Desde 2006
LUGAR: Todo el mundo
MEDIO: Campañas gráficas / Internet

Cada noche, en todo el mundo centenares de personas sueñan con esta cara. Si durante tus sueños también se te aparece o tienes alguna información que nos pueda ayudar a identificarlo, por favor, contacta con nosotros.

www.thisman.org
Andrea Natella es un sociólogo italiano, estratega del marketing y artista de diseño de ficciones. Participante original de la red Luther Blissett, en 1999 crea Los hombres de rojo, el primer grupo ufológico marxista. En 2003, fundó Guerriglia Marketing, una falsa agencia de publicidad que ha diseñado bulos subversivos y elaborado proyectos que exploran la pornografía, la política y la publicidad. En 2009, creó Kook Artgency, una agencia de publicidad de verdad que difunde las actividades gráficas de “perturbación callejera” del grupo 00KP.

No obstante, su proyecto más notorio es ¿Has soñado con este hombre?, cuya primera aparición fue en 2006. Simplemente consiste en un poster con la cara de un hombre acompañada de la recurrente pregunta y de un enlace web. La web explica que en enero de 2006, la paciente de un conocido psiquiatra de Nueva York dibujó el rostro de un hombre que se le había aparecido repetidamente en sus sueños. En más de una ocasión, el hombre le había dado consejos sobre su vida privada. La mujer juraba que nunca lo había visto en la vida real.

Un día, otro paciente reconoció aquella cara en el dibujo y le dijo al médico que aquel hombre le visitaba a menudo en sus sueños. También declaró que nunca lo había visto mientras estaba despierto. Sorprendido, el psiquiatra decidió enviar el retrato a algunos colegas. Al cabo de unos meses, cuatro pacientes también reconocieron haber visto aquella cara mientras soñaban. Todos ellos se referían a él como “este hombre”.

Ahí empezó todo. Una campaña gráfica viral por todo el mundo, en el que una cara en un poster pregunta ¿Has soñado con este hombre? Miles de personas han admitido haber visto a este hombre en sus sueños; en Los Angeles, Berlín, São Paulo, Teherán, Beijing, Roma, Barcelona, Estocolmo, París, Nueva Delhi, Moscú, etc.
La página web ofrece la posibilidad de escribir la experiencia propia y de consultar los comentarios e interpretaciones de las personas que han soñado con el individuo con el fin de ayudarlas y ponerlas en contacto entre sí, además de intentar averiguar quién es el hombre y por qué aparece bajo patrones tan distintos en los sueños de seres humanos diferentes y que no tienen conexión entre sí.

¿Has soñado con este hombre? es un proyecto caleidoscópico que juega con las más elementales técnicas de manipulación visual y psicológica y deseo de integración social, pero que revela cruda e irónicamente a la vez cómo funcionan las técnicas de marketing contemporáneo.

Bibliografía

Web de artista: http://www.andreanatella.it
http://www.thisman.org
https://www.facebook.com/thisman.org
http://www.guerrigliamarketing.it
http://00kk.tumblr.com

Andrea Natella, Guerriglia Marketing, una definizione convenzionale, 2010:

Octavilla repartida por Preiswert Arbeitskollegen para convocar a la gente para la acción en El Corte Inglés de la calle Preciados de Madrid, 1995.
En 1990, algunos colaboradores del colectivo Agustín Parejo School en Madrid, crearon una nueva red, Preiswert Arbeitskollegen (Sociedad de Trabajo no Alienado), dedicado al activismo, mediante el grafiti de plantilla, intervenciones de vallas publicitarias y espacios callejeros, reparto de camisetas impresas o colocación de pegatinas, proponiendo una relación directa entre la máxima circulación y la menor inversión. El grupo se definía como “movimiento de masas con el propósito de recuperar el control de los canales de comunicación que constituyen el verdadero ecosistema contemporáneo”, mediante la re-expropiación de canales y lenguajes dentro del anonimato, la ejecución no artística y siempre efímera. Algunos de sus grafitis hacían irónicas referencias a cuestiones políticas, como “Hacienda somos Tontos” o “Plan de Pensiones Roldán”, en referencia al político socialista Luis Roldán, involucrado en un caso de corrupción. En 1991, inauguraron la Galería Nómade Preiswert en el andén del metro de Atocha. Las obras expuestas eran dos vallas publicitarias de Sidra El Gaitero. Quienes compraron las obras, sólo obtenían una fotografía polaroid que atestiguaba la compra del “Prestigio Adquirido”.

En 1995, iniciaron anónimamente el proyecto Ha llegado la hora del saqueo, que consistió en la intervención de una valla publicitaria de El Corte Inglés en la estación de metro de Sol (Madrid) y el reparto de octavillas, animando a la gente a dirigirse a la sucursal de este gran almacén en la calle Preciados y apropiarse de cuanto se pudieran llevar puesto. El acto se llevó a cabo ante la pasividad de los miembros de seguridad de la empresa, que al ver que los activistas llevaban cámaras de video se confiaron sobre la legalidad de la acción. Más de veinticinco personas respondieron a la proclama, entraron y se pusieron encima todo lo que pudieron, especialmente mercancías de la planta baja, siendo no obstante despojados de ellas por personal del centro antes de salir.

Preiswert fue una experiencia colectiva que bebía de fuentes accionistas, situacionistas, polipoéticas (arte postal) y apropiacionistas, que también habían tenido su recorrido en España, si bien relativamente marginal. A principios de los años 1990, estas dinámicas cobran gran auge gracias en parte a las actividades producidas en locales como bares y espacios alternativos de Madrid (Espacio P, Centros Okupados, El Ojo Atómico, Válgame Dios). También en la facultad madrileña de Bellas Artes surge Libres para siempre, colectivo que realizó la primera exposición inaugural del grupo Estrujenbank (Pintura y Hojalatería en General). Allí conocerían a otros colectivos como E.M.P.R.E.S.A, que llevaban a cabo un hiperrealismo “narro-punk” con una gran complicidad en los aspectos colaborativos. Paralelamente, en la Escuela de Artes y Oficios Artísticos de Valladolid, se articula en 1989 La voz de mi madre, una asociación de artistas ácratas constituida con el fin de “usar el arte

Preiswert, no obstante, también ejerció de puente para el surgimiento en la primera década de 2000 de toda una batería de prácticas en las que el activismo cobró muy a menudo forma de intervenciones radicales en el espacio público y mediático: La Figuera Crítica de Barcelona (FCB), Koniec, Bosgarren, Selección de Euskadi de Arte Conceptual (SEAC), Radical Gay, LSD, La Fiambrera, La Nevera, Fast Food, El Perro, El terrible burgués, YoMango, o Precarias a la Deriva, son algunos de los casos más notables.

El colectivo YoMango, por ejemplo, desarrolló a partir de 2002 una serie de tácticas en directa relación a la acción de Preiswert analizada aquí: la sustracción de ropa de grandes almacenes en formato de performance, o la fabricación de prendas específicamente diseñadas para ocultar lo sustraído; todo ello concebido como una forma de atraer la atención sobre formas creativas disruptoras del consumo. Las tácticas YoMango se difundirán en otros países como americanos y europeos.

**Bibliografía**


Preiswert, no obstante, también ejerció de puente para el surgimiento en la primera década de 2000 de toda una batería de prácticas en las que el activismo cobró muy a menudo forma de intervenciones radicales en el espacio público y mediático: La Figuera Crítica de Barcelona (FCB), Koniec, Bosgarren, Selección de Euskadi de Arte Conceptual (SEAC), Radical Gay, LSD, La Fiambrera, La Nevera, Fast Food, El Perro, El terrible burgués, YoMango, o Precarias a la Deriva, son algunos de los casos más notables.

El colectivo YoMango, por ejemplo, desarrolló a partir de 2002 una serie de tácticas en directa relación a la acción de Preiswert analizada aquí: la sustracción de ropa de grandes almacenes en formato de performance, o la fabricación de prendas específicamente diseñadas para ocultar lo sustraído; todo ello concebido como una forma de atraer la atención sobre formas creativas disruptoras del consumo. Las tácticas YoMango se difundirán en otros países como americanos y europeos.

Bibliografía


Los debates abiertos en América Latina acerca de la desmaterialización del arte y la lectura política que se hizo en contra del Pop Art procedente de Estados Unidos propició a finales de la década de 1960 toda una batería de proyectos cuyo objetivo era cuestionar la función del producto estético.

En 1970, el artista brasileño Cildo Meireles inicia lo que llamó una serie de “inserciones en circuitos ideológicos”, mediante la manipulación (infiltración) gráfica de textos impresos sobre botellas de Coca-Cola; por ejemplo, “Yankee Go Home”. El texto, aplicado con calcomanías, era blanco y difícil de ver cuando no había líquido. Un vez que se volvía a llenar en el reciclaje, el texto se leía perfectamente sobre el fondo oscuro de la botella. Según el artista, las Inserciones nacieron de “la necesidad de crear un sistema de circulación, de circuito, de intercambio de informaciones, que no dependa de ningún tipo de control centralizado. Una lengua.”

Meireles usaba el ícono como un instrumento para cambiar de dirección el flujo entre el consumo de mercancías cotidianas y el consumo del arte. Luis Camnitzer señaló que en el Pop Art estadounidense, tanto el objeto consumido como la obra de arte que lo celebra circulan en un solo sentido, hacia el consumidor, mientras que en América Latina, el proceso de circulación iniciado por el producto fue apropiado por numerosos artistas y redirigido para transmitir información. El acento, así, pasaba del objeto a los circuitos de información.

En 1975 Meireles produce una nueva serie llamada “Proyecto Cédula”, consistente en la intervención de billetes en circulación legal con mensajes contra la dictadura militar que entonces gobernaba Brasil. Una de ellas, que rezaba “¿Quién mató a Herzog?”, el artista se pregunta acerca de la suerte de Vladimir Herzog, un periodista de inclinación comunista cuya aparente muerte por suicidio en una celda militar despertó fundadas sospechas de asesinato. El proyecto, acentuando su carácter viral, disponía de instrucciones para la reproducción de la acción y declaraba: “la reproducción de esa pieza es libre y abierta a cualquier persona”. La obra de Meireles desafiaba así a la dictadura, desfiguraba los billetes, alterando el significado del dinero y convirtiéndolo en un vehículo comunicativo, al tiempo que lo transformaba en un soporte artístico de corte social, desmitificando el territorio mismo del arte. De hecho, otra de las intervenciones sobre los billetes (dólares) manifestaba “Which is the Place of the Work of Art?” (¿Cuál es el lugar de la obra de arte?).

Para Meireles, “las Inserciones sólo existirían en la medida en que fueran la obra de más de una persona”. De ahí surge la noción de anonimato: “La cuestión del anonimato comprende por extensión la cuestión de la propiedad. No se trabajaría más con el objeto, pues el objeto sería una práctica, una cosa sobre la cual usted no podría tener ningún tipo de control o propiedad”. Se trataba de hacer estallar el espacio sagrado
del arte: “En tanto el museo, la galería, la tela, sean un espacio sagrado de la representación, se convierten en un triángulo de las Bermudas: cualquier cosa, cualquier idea que usted sitúe allí será neutralizada automáticamente”.

Según Frederico Morais, influyente crítico brasileño de los años 1970, “el artista de hoy es una especie de guerrillero, el arte es una forma de emboscada. Actuando por sorpresa, donde menos se espera y en una forma atípica (ya que todo hoy puede ser transformado en un instrumento de guerra o de arte), el artista crea un estado de tensión permanente, de expectativa constante. Todo puede ser transformado en arte, incluso un hecho cotidiano trivial. Una víctima constante de la guerrilla artística, el espectador se encuentra forzado a activar y afilar sus sentidos.”

Otros artistas similares en Brasil que adoptaron procesos intervencionistas o de infiltración fueron Nelson Leirner, Antonio Manuel, Artur Barrio o el venezolano Claudio Perna. Cabe recordar también una acción similar realizada en España por el colectivo anónimo Preiswert Arbeitskollegen en 1992, cuando, con motivo de la guerra del Golfo, editó 50.000 pegatinas pegada en monedas con los colores de la bandera nacional y la inscripción ESTADO UNIDENSE.

Bibliografía
Luis Camnitzer, Didáctica de la liberación, CENDEAC, Murcia, 2009.
El proyecto de Peggy Diggs se enmarca en una extensa investigación que la artista realizó a principios de los años 1990 sobre los derechos de las mujeres, que incluyeron entrevistas con asesores a mujer violadas, abogadas, policías, trabajadores sociales, y mujeres presas. El resultado final fue el diseño de una imagen impresa en más de un millón de milchelines de la marca Tuscan Dairy Farms distribuidas en los estados de Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut, Maryland, Delaware y Pennsylvania. La intención era crear conciencia sobre la violencia doméstica y difundir una línea telefónica de ayuda. Las inserciones gráficas en los milchlines decían: "Cuándo discutes en casa, ¿se va la cosa de las manos?" junto a la silueta de una mano con el siguiente texto: "Si usted o alguien que conoce es víctima de violencia doméstica, llame al 1-800-333-SAFE".

Aquí el relato de la propia artista:

En 1987, sorprendida por los movimientos emergentes de mujeres maltratadas, leí el contundente libro de Angela Browne, *When Battered Women Kill* (Cuando las mujeres maltratadas matan). A partir de ahí, me puse a pensar en un posible proyecto sobre violencia doméstica a través de mucha lectura, entrevistas con terapeutas especializados en violaciones, mujeres que habían sufrido abusos, abogados de mujeres policía, trabajadores sociales y muchos más. En 1992, diseñé una propuesta para crear una instalación escultórica en el Alternative Museum de Nueva York y me la aceptaron.

Gracias a la encargada de la prisión femenina de Rhode Island, entrevisté a dos mujeres encarceladas por haber matado a sus respectivos maltratadores. Una de ellas me dijo: "Entiendo que harás esculturas y cuadros o algo del estilo para la exposición." Le respondí que sí. Hizo un silencio y después añadió: "A ver, ¿de verdad quieres hacer algo por las mujeres como yo y evitar que les vuelva a ocurrir algo? Muchas de las mujeres que se encuentran en situaciones extremas, como yo lo estaba, ni siquiera pueden salir de casa, mucho menos acudir a una exposición en un museo. Así que yo de ti, haría un proyecto que trascendiera a todas partes o que al menos se pudiera ver en los sitios a los que podría ir una mujer maltratada. La tienda de comestibles sería uno de esos sitios. Mi maltratador creía que era de lo más femenino ir a la tienda de comestibles. Me llevaba en coche, se quedaba en el aparcamiento con el motor en marcha y yo tenía que bajarme, hacer la compra rápidamente y salir. Y después, de vuelta a casa." Me contó que, como resultado de estas salidas semanales, la tienda de comestibles resultaba un punto de información importante para ella, para las mujeres en general.

Le pregunté: "Bueno, ¿y tú qué sugieres?" Le dijo: "Yo en tu lugar me dirigiría a las panaderías, a las marcas de cigarrillos, a las centrales lecheras y les propondría la posibilidad de poner un mensaje en el envoltorio del pan, en las cajetillas de tabaco o en los milchiones." Dado que ya existía el antecedente de poner las fotos de niños desaparecidos en los tetra briks de leche, me decanté por esa vía.

Hice cuatro diseños, se los envié a la mujer en prisión y a ocho centrales lecheras, todas ellas en la Ciudad de Nueva York, porque deseaba la mayor cobertura urbana posible. Si nos situamos, esto era antes de los ordenadores, así que las lecherías me...
El proyecto de Peggy Diggs se enmarca en una extensa investigación que la artista realizó a principios de los años 1990 sobre los derechos de las mujeres, que incluyeron entrevistas con asesores a mujeres violadas, abogadas, policías, trabajadores sociales, y mujeres presas. El resultado final fue el diseño de una imagen impresa en más de un millón de cartones de leche de la marca Tuscan Dairy Farms distribuidas en los estados de Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut, Maryland, Delaware y Pennsylvania. La intención era crear conciencia sobre la violencia doméstica y difundir una línea telefónica de ayuda. Las inserciones gráficas en los cartones decían: “Cuando discutes en casa, ¿se va la cosa de las manos?”, junto a la silueta de una mano con el siguiente texto: “Si usted o alguien que conoce es víctima de violencia doméstica, llame al 1-800-333-SAFE”.

Aquí el relato de la propia artista:

En 1987, sorprendida por los movimientos emergentes de mujeres maltratadas, lei el contundente libro de Angela Browne When Battered Women Kill (Cuando las mujeres maltratadas matan). A partir de ahí, me puse a pensar en un posible proyecto sobre violencia doméstica a través de mucha lectura, entrevistas con terapeutas especializados en violaciones, mujeres que habían sufrido abusos, abogados de mujeres policía, trabajadores sociales y muchos más. En 1992, diseñé una propuesta para crear una instalación escultórica en el Alternative Museum de Nueva York y me la aceptaron.

Gracias a la encargada de la prisión femenina de Rhode Island, entrevisté a dos mujeres encarceladas por haber matado a sus respectivos maltratadores. Una de ellas me dijo: “Entiendo que harás esculturas y cuadros o algo del estilo para la exposición.” Le respondí que sí. Hizo un silencio y después añadió: “A ver, ¿de verdad quieres hacer algo por las mujeres como yo y evitar que les vuelva a ocurrir algo? Muchas de las mujeres que se encuentran en situaciones extremas, como yo lo estaba, ni siquiera pueden salir de casa, mucho menos acudir a una exposición en un museo. Así que yo de ti, haría un proyecto que trascendiera a todas partes o que al menos se pudiera ver en los sitios a los que podría ir una mujer maltratada. La tienda de comestibles sería uno de esos sitios. Mi maltratador creía que era de lo más femenino ir a la tienda de comestibles. Me llevaba en coche, se quedaba en el aparcamiento con el motor en marcha y yo tenía que bajarme, hacer la compra rápida y salir. Y después, de vuelta a casa.” Me contó que, como resultado de estas salidas semanales, la tienda de comestibles resultaba un punto de información importante para ella, para las mujeres en general.

Le pregunté: “Bueno, ¿y tú qué sugieres?” Me dijo: “Yo en tu lugar me dirigiría a las panaderías, a las marcas de cigarrillos, a las centrales lecheras y les propondría la posibilidad de poner un mensaje en el envoltorio del pan, en las cajetillas de tabaco o en los cartones de leche.” Dado que ya existía el antecedente de poner las fotos de niños desaparecidos en los tetra briks de leche, me decanté por esa vía.

Hice cuatro diseños, se los envié a la mujer en prisión y a ocho centrales lecheras, todas ellas en la Ciudad de Nueva York, porque deseaba la mayor cobertura urbana posible. Si nos situamos, esto era antes de los ordenadores, así que las lecherías me
contestaban por escrito o yo me ponía en contacto por teléfono. Me decían: "Muchas gracias, pero no nos interesa." La central Tuscan Dairy, ubicada en Union, Nueva Jersey, fue una de estas y yo les pregunté: "¿Serían tan amables de decirme por qué no querrían involucrarse en algo así?" Y me respondieron: "Porque no queremos esparcir a nuestros clientes. No querríamos sacar un tema que fuera embarazoso para la familia o sobre el que los niños pudieran hacer preguntas incómodas."

Pensé: "Así que es eso." Hice algunos otros bocetos y los volví a enviar a Tuscan y ya me dijeron: "Está bien, lo presentaremos al comité. Parece interesante. Si por algo nos sentimos orgullosos es por involucrarnos en causas sociales importantes." Es más, añadieron: "Tendrá que buscar una línea 800 (gratuita) que podamos poner en el cartón de leche, porque lo que queremos es proporcionar ayuda, no solamente crear conciencia del problema." Así que me puse a buscar un número 800.

Me enteré de que Tuscan comercializaba la leche en seis estados, lo cual era bastante inusual. La mayoría de las lecherías vendían a nivel local. No solo iba a necesitar un número de teléfono gratuito para un solo estado, sino más bien la línea nacional. Supe que la línea nacional gratuita tenía sede en Chicago, llamé y hablé con la directora y me dijo: "Enviame las imágenes y yo me pondré en contacto con los propietarios." Le pregunté: "¿Los propietarios? Me dijo: "Sí. Los propietarios de la línea son Johnson & Johnson." Tuscan lo llevó al comité de empresa y ella se encargó de enseñar los diseños a Johnson & Johnson. J&J me respondieron diciendo: "Todo esto es un poco arriesgado. Tenemos que meditarlo un poco más." Les dije: "Un momento. ¿Qué sentido tiene tener una línea de apoyo a las víctimas de violencia doméstica si no la usan? Y además les estoy facilitando el modo de llegar a seis estados. No lo entiendo."

Después hablé con la gente de Tuscan y me dijeron: "Muchas gracias por su interés, pero no lo llevaremos a cabo. Es una buena idea, le deseamos suerte con otras centrales lecheras. Adiós." Así de rápido. Nada más.

Llamé de nuevo a la mujer de la línea directa y me dijo que Johnson & Johnson definitivamente aprobaba el uso del número de teléfono. Cuando le comenté que Tuscan había declinado el proyecto, me dijo: "Ya veo. Esto no ha hecho más que empezar." Le pregunté qué quería decir. "Eso es que hay algún abusón en el comité." Así que me dijo que ya iba siendo hora de que tomáramos cartas en el asunto seriamente. Su consejo fue uno de los mejores lecciones de arte que jamás he tenido. "Todo el mundo me dijo que ya iba siendo hora de que tomáramos cartas en el asunto seriamente. Su portador participaremos en el proyecto, pero solo durante dos semanas y utilizaremos el diseño propuesto por todo el apoyo recibido. Le llamaremos en una semana."
las cartas a mí directamente y así yo las juntaría todas para enviarlas a Tuscan. Incluso recibí la carta de un maltratador anónimo que me decía que le parecía importante mi proyecto porque su mujer había encontrado el anuncio de una casa de acogida en la tienda de comestibles y ello había permitido a la familia empezar a superar las dificultades.

Envié el fajo de cartas a Tuscan y contestaron: "Nos gustaría volver a considerar su propuesta por todo el apoyo recibido. Le llamaremos en una semana."

La semana siguiente llamé al representante de Tuscan. Me dijo: "De acuerdo, participaremos en el proyecto, pero solo durante dos semanas y utilizaremos el diseño más sencillo. También me gustaría decirle que no nos han gustado nada todas las llamadas que hemos recibido. Eso ha sido excesivo." Respondí: "¿Cómo dice?" "No han sido solamente las cartas," me dijo. "También hemos tenido llamadas de teléfono en las que nos amenazaban con boicotear a la marca si no realizábamos el proyecto." Las asociaciones habían actuado de un modo implacable. Sabían lo que hacía falta para conseguir lo que deseaban. Así que la marca de leche se implicó. Llevamos a cabo el proyecto en la Ciudad de Nueva York y en Nueva Jersey. Un millón y medio de cartones. Lamentablemente no pudimos llevarlo a cabo en seis estados.

Antes de que se imprimieran los cartones, envié el diseño que habían elegido a la mujer de la cárcel que me había dado la idea. Le pregunté: "¿Crees que vale la pena? ¿La foto que han elegido comunica tan poco. ¿Tú qué opinas?" Me escribió respondiendo: "Pues claro que vale la pena. Las personas maltratadas, a diferencia del resto, tienen siempre las antenas puestas ante cualquier muestra de violencia o de ayuda. Así que lo captarán de un modo en que el resto de la gente no lo puede captar. Tienes que pensar por qué han elegido esa imagen: para los padres será menos comprometido responder si los niños preguntan. Pero una mujer maltratada sabrá enseguida de qué va la cosa y se quedará con el número, que es lo que tú pretendes. Estás introduciendo la ayuda en su casa." Ésta fue para mí la razón por la que tenía que sacar el proyecto de las paredes de un museo y llevarlo al público que más necesitaba verlo.

El proyecto tuvo buena prensa: apareció en las tertulias de la mañana, el New York Times, en la revista MS, en la revista Glamour y se divulgó entre las noticias de las agencias de todo el país y Canadá. Cuando los cartones llegaron a las estanterías de los supermercados, llamé a mi contacto de la línea gratuita nacional. Me dijo que las mujeres en situaciones de riesgo debían ocultar el número desde el que llamaban. Para ellas cualquier cosa es un riesgo y cualquier movimiento sin contar con el maltratador puede originar más violencia, así que son muy prudentes. En consecuencia, podía ser que retuvieran el número de teléfono durante meses antes de marcarlo. Pero, pese a todo, habían aumentado las llamadas en esa área. Lo malo era que Johnson & Johnson retiraba el apoyo a la línea, no a causa del proyecto, sino porque la iban a adquirir otros y el número de la línea cambiaría. Seis meses después, llamé a Tuscan y les pregunté cómo habían funcionado desde su experiencia el proyecto; me dijeron que había sido fabuloso porque las mujeres no maltratadas, en defensa de las maltratadas, habían hecho de la marca su bandera y ese apoyo había disparado las ventas.

Epílogo: El tiempo pasó. En el verano de 1994, me invitaron a participar en una conferencia sobre violencia doméstica en Washington D.C. Antes de eso recibí una
petición para testificar en el Capitolio ante el Subcomité de la Judicatura del Senado de Delincuencia y Justicia Penal. En esa época, el entonces senador Joe Biden, había elaborado el acto a favor de la Ley contra la Violencia de Género y salía a discusión y votación. Me pidieron que hablara sobre mi Proyecto de los cartones de leche contra la Violencia Doméstica en un esfuerzo por ayudar a formar a los miembros del Comité en la naturaleza de este tipo de violencia. Fui y hablé en "Domestic Violence: Not Just A Family Matter", 30 de junio, 1994; Hon. Charles E. Schumer, Chairman.
241
does not make it true, does not make it a lie

petition for testimony in the Capitol before the Judiciary Subcommittee of the Senate of Delinquency and Criminal Justice. At that time, Senator Joe Biden had prepared the act in favor of the Law against Gender Violence and it was discussed and voted. They asked me to talk about my Project of Milk Cartons against Domestic Violence in an effort to help shape the members of the Committee on the nature of this type of violence. I went and spoke in "Domestic Violence: Not Just A Family Matter", June 30, 1994; Hon. Charles E. Schumer, Chairman.

242

Todo es sospechoso
Domingo Sánchez Blanco
2003
Nueva York - Barcelona
Acción

De guardaespaldas de Victoria Combaliá, Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA), 2003.
El trabajo de Domingo Sánchez Blanco se caracteriza como una secuencia de gestos capaces de desafiar el estatuto del arte. Mediante performances, acciones y el uso de formatos que en general buscan traspasar las fronteras y códigos establecidos en el espacio artístico, la obra de Sánchez Blanco permite rastrear las paradojas de una moralidad social y cultural cuya interpretación y legitimidad cambian en función del contexto en el que se desarrollan. El deslizamiento del sentido hacia el exterior, bien en forma de boxeador, actor porno, profesor o entrevistador facilita al artista la subversión de las expectativas de los receptores. El sexo, la muerte, el amor, la violencia o la pornografía suelen conformar sus puntos radicales, poéticos e irónicos de referencia.

En 2003, el artista decide realizar Todo es sospechoso, acción de infiltración en la que se presenta en algunos museos haciéndose pasar por el guardaespaldas de renombrados directores, con la connivencia de estos.

El texto que se reproduce a continuación ha sido realizado por el artista en ocasión de la presente exposición (con glosas “marginales” de Fernando Castro Flórez).

“TODO ES SOSPECHOSO” y tanto.

NUEVA YORK-BARCELONA 2003 y parte del mundo mundial.

La decisión de incluirme en el entorno de la seguridad fue, si no lo recuerdo mal, por una cuestión de unir mis recuerdos y experiencias de cuando fui vigilante jurado, “los panters”. Como en tantas ocasiones la memoria juega malas pasadas o, sencillamente, se convierte en un tsunami de asuntos revueltísimo. De entrada, el grupúsculo vigilante al que alude Domingo, podría perfectamente ser un “conciábulo” o, por emplear términos más bizarrados, el más ejemplar de los contubernios. Algo de nombre de equipo de “fútbol americano” o de moteros camino de algún garito de carreras de esos en los que el neón no hace alusiones al manierismo conceptual. “Con toda seguridad”, valga esta fórmula en este contexto, aquí no hay reminiscencia de Flavin ni de Nauman, lo más cercano son las experiencias sudorosas en la pista americana y los meses de “servicio” en las COE.

Quise dar la vuelta al papel de un artista pasivo (aquí la cosa parece que se pone “calentita” o puede que todo tenga que ver con mi condición de “perverso polimorfo”) y entrar en el protocolo de una situación real. Esa situación fue a través de la invitación que me hicieron, para participar en una exposición, un proyecto institucional, llevando el arte a las mecas de prestigio y reconocimiento entre políticas para la promoción. (Esta frase es, no quiero ocultarlo, un prodigio del “pasteleo” y el buenrollismo. Resulta que se insiste en una “situación”, real para más “recoña” que tendría que ver con la fosilización institucional y hasta permitiría a un espécimen hispano sobrepasar el umbral de la puerta de “El ángel exterminador”. En conclusión: para mear sin soltar gota). Vi la oportunidad de ponerme en evidencia al factor humano en la conducción. Tipos de Conducción.
Quise dar la vuelta al papel de un artista pasivo. La decisión de incluirme en el entorno de la seguridad fue, si no lo planteo con toda seguridad, valga esta fórmula en este contexto, aquí no hay “marginales” de la “seguridad” sino que ha debido ser gerente de una auto-escuela de provincia. Domingo demuestra que no ha tenido solamente experiencias en el campo de la “seguridad” sino que ha debido ser gerente de una auto-escuela de provincias. Conducción Táctica de Seguridad- Ofensiva – Defensiva (no pilló la cosa aunque trato de ponerlo en la perspectiva de la idea de Clausewitz de que la diplomacia es la guerra por otros medios), evidentemente al servicio de la organización. (La ilustrada teoría de la “servidumbre voluntaria” combinada con la hegeliana lucha del reconocimiento, dividida por los afectos spinozistas y multiplicada exponencialmente por la serenidad heideggeriana da como resultado una comarca hermenéutica que no debemos ahora explicar en todos sus detalles). Pulsadores u otros medios de accionamiento fácil de las señales de alarma, teléfono directo con la base en España (no quiero pecar de “malaje” pero estoy convencido de que no había activado el “roaming” o como quiera que se escriba) para cualquier incidencia, teniendo que hacer lo que es un trabajo al punto de las necesidades de la exposición. (Maravillosa expresión esa de “trabajo al punto” como si fuera una “estética merenguera”, sin connotaciones futbolísticas). Dar seguridad a los que serían los responsables. (Aquí quiero pegar el rollo sin más. Tendríamos que trazar una “genealogía de la moral artística” que tuviera presente, a la manera nietzscheana, que culpa, deuda y mala conciencia son la base de la construcción de esa cosa funesta que se llama responsabilidad. La condición de Domingo es, en todos los sentidos, la de un irresponsable que, en justa paradoja, tendría que hacerse cargo de “los responsables”. Es el destino de los inmoralistas: camuflarse en épocas paranoicas). Mi papel era de guardaespaldas de ambos organizadores de una gran exposición. (Es importante no dejar de ser un iluso si se tiene una ilusión. El mito de la “gran exposición” hace que todo, me repito a conciencia, sea “más sospechoso”). Tenía algo de experiencia pero quise incluir en el aprendizaje una visita y una línea abierta con los antiguos Geos que trabajaban en el área privada, jefes de seguridad para Casa Real y todo lo relacionado al seguimiento de personalidades. (Esta es una fase crucial de la “metodología performativa de Domingo Sánchez Blanco: en un momento dado hay que implicar a tal cantidad de gente que todo parezca una jodida locura. Aquí se pasa de los “panzers” a la mismísima realeza o, para no dejar de decir perogrulladas, la seguridad real se transforma en lacaniana). La obra estaba en marcha (este es el placer máximo, que algo delirante agarre ritmo), Prosegur aceptó la visita (Cómo no será de confusa la situación si el mismo artista me pregunta si yo acudí a esa cita. En principio le digo que “por supuesto” para luego comprobar, con poco ejercicio de rememoración, que no estuve en ese despacho ni en sueños) y tener contacto directo telefónico para el desarrollo de la pieza. Como se puede apreciar esta “situación” tiene mucho de “performance telefónico”. Supongo que Domingo lo que necesitaba era colocarse eso que llaman “pinganillo”. La situación del artista y su protagonismo
se veía en la sombra constantemente (no es mala cosa si se acepta que “dice verdad quien dice sombra”) y en el círculo la seguridad internacional frente a las amenazas globales contemporáneas. (Supongo que esta retórica supera la de los “halcones” de la administración Bush. Solo falta algo sobre el “choque de civilizaciones” y ya tendríamos servido el potaje). Seguridad de porteros, puertas de accesos y ojeador constante de los otros y no de uno mismo. (A saber: “Revolving doors” post-duchampiano). Los Círculos Concéntricos. Primer Círculo, Segundo Círculo. Tercer Círculo. (Lamento confesar que cada vez que leo o escucho algo ordenado en esta clave regresa a mi mente empantanada el mitico Chikilicuatre con su “Uno: el breaking dance...”). Interno. (¡Toma del frasco!). Sólo habría una cámara de seguimiento, una cámara de sistema doméstico que me acompañaría constantemente en la revisión de estancias, alcantarillas y recorridos posibles del itinerario cotidiano de los protegidos. (Como se puede advertir Domingo no pretendía hacer una vigilancia “casposa” en plan “apatrullando la ciudad”). Las llaves de casa, la vida y cercanía a sus hijos y amistades, el artista se elegía como vigilante de funciones del puesto de mando. (Totalmente de acuerdo. Si hay que ir se va pero ir “pa na” es tontería). Sistemas de reconocimiento e identificación los movimientos a pie (cuanto menos tengan que hacerse mejor. Los “curadores” tienen una tendencia irrefrenable a levantar el brazo y parar taxis o dispones de chofer reglamentario) y distintas formaciones de un equipo de protección a pie. (Retorno obsesivo de la condición “podológica”). Evaluación de formaciones a pie. (En este momento del pie, repetido hasta en tres ocasiones, comienzo a “sospechar” que me pierdo un sentido hermético. Acaso mi “callosidad” mental me impide seguir las “caminatas” de esta performance hiper-securitas). Tengo que decir que la obra no la conocía nadie (esto es, lo juro, lo mejor de todo: nadie tiene ni idea de nada y eso es lo que convierte toda la “conjura” en algo excitante y demencial) excepto los dos protagonistas (blanco y en botella. ¿Protagonistas ni modo?) que me invitaron para la exposición, la anécdota (menos mal que nos quedan los chascarrillos a falta de “categorias”) fue en la comida que tenían los responsables del Museo del Barrio de Nueva York con el obispo y otros directivos en un restaurante en NY, el obispo se extrañó (momento de incertidumbre eclesial verdaderamente grotesco) y preguntó por la persona que los seguía a todas partes, Zugazagoitia no fue discreto y le contó más o menos el proyecto que estábamos realizando (el comisario de exposiciones quería acaso reforzar su dimensión policial), lo que ocasionó un gran interés por el asunto y casi el desmantelado del anonimato. (I would prefer not to. Ahora empiezo a “sospechar” que esta acción pseudo-anónima no es otra cosa que un homenaje cifrado a Bartleby). Desmentido y haciéndome las orejas me acoplé en el asiento de delante del mercedes y desaparecimos inmediatamente del lugar. (Aquí me permito recomenzar encarecidamente la escucha y visualización en Youtube de “La mandanga” de El Fary para estar a la altura de la terminología empleada en el relato) Acabando los días comprometidos,
surgió una coincidencia con la obra e inauguración de Paco Cao (artista excepcional y sospechosamente poco conocido) en el Museo del Barrio, fui el jefe de seguridad para la fiabilidad y vulnerabilidad al sabotaje y para la autoprotección, portero de la entrada. Siempre mejor estar en el face-checking que en la puerta trasera por la que salen a patadas los borrachos y mendrugos incorregibles.

El proyecto “Todo es sospechoso” constaba (extraño verbo el que se emplea, no será “constaba”? Da lo mismo porque tampoco estamos esperando una acreditación de la ANECA) de la intervención en Nueva York y Barcelona, en Barcelona en diferentes lugares como MACBA e Instituto Francés, creando un operativo (tengo la impresión de que esta es la palabra crucial e todo el texto y tal vez de todo el montaje: Domingo quería poder decir que “había montado un operativo”. En algunas ocasiones, cuando estamos en la cima del tedio, necesitamos “montar un operativo”) de dos agentes, mi agradecimiento a Xavi Moya, (apodado “El guerrero catalán”, ha sido campeón mundial de Full Contact de los pesos medios por la WKN, WK, ISKA y anteriormente campeón intercontinental de Boxeo de los Pesos Super-welter por el IBF, siendo uno de los pocos boxeadores que ha poseído títulos de campeón del mundo en tres disciplinas diferentes. (Fabuloso momento de excitación “curricular” sin sentido) Sin duda es considerado como el mejor luchador español de todos los tiempos y uno de los mejores boxeadores nacionales de la década de los 90). (Sospecho, de eso va la cosa, que el “protagonista” no es el obispo neoyorquino, ni el artista-como-vigilante, ni los comisarios vigilados, sino esta apología del boxeador que “le ha pegado a todo”) fuimos los dos los encargados de ocuparnos de trabajar en equipo y mantener una excelente comunicación. (A la manera griega, los héroes se lanzan elogios y recuerdan su linaje, intercambian armaduras y celebran la musculatura ajena, cantan la gloria venidera y lanzan, a su manera, besitos al rival. El “guerrero catalán” y el “performer charro” terminaron reconociéndose tal para cual: como Mike Jagger y Camarón, como Ortega y Gasset, como el dúo Pimpinela. Emocionante, enigmático, sospechoso).

Bibliografía
Blog del artista: http://contuberniocanibal.blogspot.com.es
Domingo Sánchez Blanco, A destajo, 500 performances en un día, Cendeac, Murcia, 2005.
Fernando Castro, Domingo Sánchez Blanco, Fundación Siglo, Junta de Castilla y León, 2005.
La realidad que adquieren los iconos comerciales, esos signos producidos en la iconosfera de la fantasía, revela a menudo un conjunto de paradojas sobre la condición de la imagen contemporánea y su usufructo social.

En Real Snow White, la artista Pilvi Takala se presenta en la entrada del recinto de Disneyland en París ataviada de la misma forma que en la popular versión cinematográfica de 1937 del personaje del cuento clásico. Numerosos visitantes le solicitan autógrafos y fotografías hasta que los servicios de seguridad del parque intervienen, señalándole la prohibición de ir vestida como el personaje “de verdad”. De este modo, Takala desvela la lógica absurda del “icono real” y la forma de administrar esa “realidad”, en la medida en que es la propia compañía americana la que anima a los visitantes a vestir como sus personajes preferidos y a adquirir gran cantidad de productos de merchandising.

El lema de Disney “Los sueños se hacen realidad”, adquiere un sentido bien definido: son sueños producidos exclusivamente por la compañía. Cualquier cosa que pueda cuestionar un poco este control evoca inmediatamente el miedo de los sueños reales, posiblemente oscuros y perversos. La razón esgrimida a la artista por los guardias de seguridad del parque para prohibirle la vestimenta de Blancanieves (“no sabemos qué tipo de actividad puedes hacer en el parque ni qué imagen dará el personaje”) explicita a las claras la frontera de lo real: el icono de Disney no hace cosas malas, mientras que las demás réplicas pueden descontrolarse. La definición de lo real se basa en la gestión del miedo a lo real.

Bibliografía

Web de la artista: http://www.pilvitakala.com
La realidad que adquieren los iconos comerciales, esos signos producidos en la iconosfera de la fantasía, revela a menudo un conjunto de paradojas sobre la condición de la imagen contemporánea y su usufructo social.

En *Real Snow White* (La verdadera Blancanieves), la artista Pilvi Takala se presenta en la entrada del recinto de Disneyland en París, ataviada de la misma forma que en la popular versión cinematográfica de 1937 del personaje del cuento clásico. Numerosos visitantes le solicitan autógrafos y fotografías hasta que los servicios de seguridad del parque intervienen, señalándole la prohibición de ir vestida como el personaje “de verdad”. De este modo, Takala desvela la lógica absurda del “ícono real” y la forma de administrar esa “realidad”, en la medida en que es la propia compañía americana la que anima a los visitantes a vestir como sus personajes preferidos y a adquirir gran cantidad de productos de merchandising.

El lema de Disney “Los sueños se hacen realidad”, adquiere un sentido bien definido: son sueños producidos exclusivamente por la compañía. Cualquier cosa que pueda cuestionar un poco este control evoca inmediatamente el miedo de los sueños reales, posiblemente oscuros y perversos. La razón esgrimida a la artista por los guardias de seguridad del parque para prohibirle la vestimenta de Blancanieves (“no sabemos qué tipo de actividad puedes hacer en el parque ni qué imagen dará el personaje”) explica a las claras la frontera de lo real: el ícono de Disney no hace cosas malas, mientras que las demás réplicas pueden descontrolarse. La definición de lo real se basa en la gestión del miedo a lo real.

Bibliografía

Web de la artista: http://www.pilvitakala.com
Durante los primeros años de la década de 1990 surgió en algunos ambientes artísticos la necesidad de contestar las formas y fondos del supuesto "milagro artístico español" de la década anterior. La institucionalización artística, la fiebre de los museos, o la concepción de una posmodernidad genialista al servicio de unas políticas del espectáculo, cuya apoteosis fue el año 1992, llevaron a muchos artistas a replantear nociones colectivas y políticas, a menudo mediante formatos paródicos respecto a la función asignada desde arriba a la práctica creativa.

En ese contexto, en 1994 nace en Vitoria la Selección de Euskadi de Arte de Concepto (SEAC), formada por Arturo 'fito' Rodríguez, Pepo Salazar, Juan Martínez de Ilarduya y Natxo Rodríguez. Durante cuatro años la SEAC tejerá una serie de trabajos en los que a menudo parodiará la estructura artística reinante, emborronando las fronteras entre arte contemporáneo y evento popular.

En junio de 1994, los cuatro de la SEAC se presentan en las obras de lo que iba a ser el Museo Guggenheim de Bilbao con la intención de realizar una "inspección". En seguida observan que las obras aún no están muy avanzadas. Se acercan a los obreros de las zanjas y departen cordialmente. Uno de los trabajadores que no podía salir con facilidad de un hoyo recibe la viril ayuda de los seleccionados mientras se dejan retratar todos por la cámara. En el lado opuesto de la obra, resalta una construcción de bellas líneas. Al llegar a ella, constatan que se trata de una oficina de atención e información del museo. Deciden ponerse la equipación deportiva habitual de la SEAC en las escaleras y se ponen bajo el brazo algunas revistas de arte, mientras suenan los tacos de las botas de fútbol en el suelo de noble madera: "Somos la Selección de Euskadi. ¿Podemos hablar con el responsable?". Se presenta a recibirlos Juan Ignacio Vidarte, un gestor de la Diputación de Bizkaia con apenas experiencia estética pero que acabará siendo Director General del museo un año después. Vidarte les hace pasar a una gran estancia en donde se expone la maqueta del museo y de los alrededores. Frente a ella, con adusto y profesional aire, discutieron los seleccionados sobre la disposición de los edificios y analizaron la vista general de la ría. Vidarte, naturalmente, no entendió nada. Pensó que se trataba de un equipo sub-21 de la selección vasca de algo y que habría que dar sólo explicaciones superficiales. Cual no sería su sorpresa ante la grave terminología museográfica y urbanística empleada por aquellos muchachos, que deslizaban agudas observaciones impropias de jóvenes deportistas. La visita guiada continuó hasta el final, sin que le quedara claro a Vidarte cómo interpretar lo desasosegado de todo el momento. Salieron los cuatro por la puerta y sin solución de continuidad se metieron en el casco viejo de Bilbao en donde tomaron unas cañas y se hicieron fotos con unos forofos del Athletic y sus banderas.

La acción en el Guggenheim se enmarcaba en un conjunto de intervenciones o "acciones de presentación" –“ejercicios físicos y conceptuales”–, con la intención de interrogar y contestar la práctica museística y sus mecanismos como un acto de desafío que participaba en una reflexión crítica sobre las formas del museo, sus autoridades y su público.
Durante los primeros años de la década de 1990 surgió en algunos ambientes artísticos la necesidad de contestar las formas y fondos del supuesto “milagro artístico español” de la década anterior. La institucionalización artística, la fiebre de los museos, o la concepción de una posmodernidad genialista al servicio de unas políticas del espectáculo, cuya apoteosis fue el año 1992, llevaron a muchos artistas a replantear nociones colectivas y políticas, a menudo mediante formatos paródicos respecto a la función asignada desde arriba a la práctica creativa.

En ese contexto, en 1994 nace en Vitoria la Selección de Euskadi de Arte de Concepto (SEAC), formada por Arturo ‘fito’ Rodríguez, Pepo Salazar, Juan Martínez de Ilarduya y Natxo Rodríguez. Durante cuatro años la SEAC tejerá una serie de trabajos en los que a menudo parodiará la estructura artística reinante, emborronando las fronteras entre arte contemporáneo y evento popular.

En junio de 1994, los cuatro de la SEAC se presentan en las obras de lo que iba a ser el Museo Guggenheim de Bilbao con la intención de realizar una “inspección”. En seguida observan que las obras aún no están muy avanzadas. Se acercan a los obreros de las zanjas y se van a comer con ellos cordialmente. Uno de los trabajadores que no podía salir con facilidad de un hoyo recibe la viril ayuda de los seleccionados mientras se dejan retratar todos por la cámara. En el lado opuesto de la obra, resalta una construcción de bellas líneas. Al llegar a ella, constatan que se trata de una oficina de atención e información del museo. Deciden ponerse la equipación deportiva habitual de la SEAC en las escaleras y se ponen bajo el brazo algunas revistas de arte, mientras suenan los tacos de las botas de fútbol en el suelo de noble madera: “Somos la Selección de Euskadi. ¿Podemos hablar con el responsable?”. Se presenta a recibirlos Juan Ignacio Vidarte, un gestor de la Diputación de Bizkaia con apenas experiencia estética pero que acabaré siendo Director General del museo un año después. Vidarte les hace pasar a una gran estancia en donde se expone la maqueta del museo y de los alrededores. Frente a ella, con adusto y profesional acento, discutieron los seleccionados sobre la disposición de los edificios y analizaron la vista general de la ría. Vidarte, naturalmente, no entendió nada. Pensó que se trataba de un equipo sub-21 de la selección vasca de algo y que habría que dar sólo explicaciones superficiales. Cual no sería su sorpresa ante la grave terminología museográfica y urbanística empleada por aquellos muchachos, que deslizaban agudas observaciones impropias de jóvenes deportistas. La visita guiada continuó hasta el final, sin que le quedara claro a Vidarte cómo interpretar lo desasosegado de todo el momento. Salieron los cuatro por la puerta y sin solución de continuidad se metieron en el casco viejo de Bilbao en donde tomaron unas cañas y se hicieron fotos con unos forofos del Athletic y sus banderas.

La acción en el Guggenheim se enmarcaba en un conjunto de intervenciones o “acciones de presentación” –“ejercicios físicos y conceptua-
les" también las llamaban–, en las salas de varios centros y museos de Euskadi, y todas cortadas por el mismo patrón: presentarse en el sitio sin previo aviso, ataviados con la vestimenta deportiva y recorrer sus salas y ambientes combinando el ejercicio físico (estiramientos, calentamientos) y la discusión y reflexión sobre lo expuesto al tiempo que se tomaban fotos. Si el arte se ha convertido en un espectáculo deportivo, con ligas, estrellas y árbitros, nada mejor que hacer deporte. Primero iniciaron la secuencia en centros de Vitoria, entre otras cosas, haciendo jogging junto a obras de Ibarrola y Oteiza o comentando un mural de Miró en el Museo de Bellas Artes de Álava; discutiendo “sobre aspectos de la representación” en la galería Trayecto o en la Sala Amárica, o haciéndose una foto típica de selección deportiva frente al Palacio de Ajuria Enea. En Bilbao, además del Guggenheim, visitaron el Museo de Bellas Artes (en donde no se les permitió la entrada), la Facultad de Bellas Artes, la sala En Canal y también la sala Rekalde, donde se ejercitaron físicamente frente a cuadros de Schnabel.

Bibliografía


251

no es verdad, no es mentira

les” también las llamaban–, en las salas de varios centros y museos de Euskadi, y todas cortadas por el mismo patrón: presentarse en el sitio sin previo aviso, ataviados con la vestimenta deportiva y recorrer sus salas y ambientes combinando el ejercicio físico (estiramientos, calentamientos) y la discusión y reflexión sobre lo expuesto al tiempo que se tomaban fotos. Si el arte se ha convertido en un espectáculo deportivo, con ligas, estrellas y árbitros, nada mejor que hacer deporte. Primero iniciaron la secuencia en centros de Vitoria, entre otras cosas, haciendo jogging junto a obras de Ibarrola y Oteiza o comentando un mural de Miró en el Museo de Bellas Artes de Álava; discutiendo “sobre aspectos de la representación” en la galería Trayecto o en la Sala Amárica, o haciéndose una foto típica de selección deportiva frente al Palacio de Ajuria Enea. En Bilbao, además del Guggenheim, visitaron el Museo de Bellas Artes (en donde no se les permitió la entrada), la Facultad de Bellas Artes, la sala En Canal y también la sala Rekalde, donde se ejercitaron físicamente frente a cuadros de Schnabel.

Bibliografía


KALAS es un fake de la revista CARAS, la publicación colombiana número uno en estilo de vida y sociedad siempre asociada al lujo, la elegancia y la sofisticación. Nuria Carrasco reproduce ese glamour visual, el estilo, el formato y la maquetación de esta publicación, pero en su contenido suscita la realidad de la élite colombiana por la que de la población afrodescendiente de Cartagena de Indias, presentándola extensa del canon en cuanto al posado o a la calidad técnica, pero destilando calidez, cercanía y una voluntad de “verdad” de un testimonio fruto de una experiencia personal directa y fuertemente empática.

“Kala” significa “cara” en palenquero, una lengua criolla desarrollada a partir de la mezcla del castellano, portugués y lenguas africanas que se habla en San Basilio de Palenque, un pueblo que representa la resistencia y supervivencia de los esclavos que escaparon de su captura durante la época colonial.

Para realizar el proyecto colombiano, Carrasco partió de una experiencia previa en un campo de refugiados saharauí en el desierto argelino, en el que parodió el formato de la revista ¡HOLA! para reproducir la realidad de las vivencias de los refugiados, bajo el título traducido al idioma local, AHLAN!. El fotógrafo Martín Parr señaló aquel proyecto como una de las aportaciones más significativas del año en el ámbito de la creación fotográfica.

Ha escrito al respecto Juan Pablo Wert:

Se trata pues de un género que propicia una relectura del medio que se falsifica que puede alterar significativamente su performatividad social, es decir la capacidad que tienen los medios de modelar la percepción de la realidad en las sociedades sobre las que actúan […]

[Carrasco desea] advertir a sus lectores/as habituales de la carga ideológica que les endosan. Ideología en estado puro, esto es, construcción de una fantasía que pretende hacer ver un modelo de sociedad concreto –en este caso paradójicamente añorante del Ancien Régime– como una realidad “natural”. […]

El mundo que nos presenta en sus páginas es un mundo impostado, no totalmente falso, pero siempre en algún sentido manipulado –y no solo en el lifting de sus protagonistas a base de photoshop– y, por tanto, engañoso. Falso oropel que es particularmente explícito en el apartado de mansiones de las celebrities que, con su ostentación chabacana, tratan de llevar a cabo su disimulado propósito de vender ventajosamente la propiedad que disfrutan. El cuerpo central en el que se justifica el apelativo de “prensa del corazón” vende igualmente mercancía averiada y aquí el verbo vender se debe entender literalmente. […]

Así pues, lo que tendríamos sería el fake de un fake, la mentira de una mentira, de manera que si aplicáramos la aritmética ley del signo (menos por menos igual a más), la de Nuria resultaría una perspectiva rigurosamente sincera (mentira por mentira igual a verdad).
Con estos proyectos, Nuria Carrasco se suma a una genealogía artística que parodiando las publicaciones propias del “capitalismo emocional” pretende revelar las imposturas que albergan. Cabe recordar, en este sentido, la revista Fake, una publicación editada entre 2001 y 2006, que se apropiaba irónicamente de los formatos de conocidas revistas de tendencias internacionales. En 2008, el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC), bajo el comisariado de Tolo Cañellas, recuperó el proyecto, titulándolo “Fake, a piece of art”, presentando un número especial inspirado en la revista ¡HOLA!, suplantando el diseño, maquetación, secciones, y la lujosa artificialidad de las imágenes de la famosa revista, pero sustituyendo sus contenidos “petardos” con fotos y reportajes de arte contemporáneo “moderniki”.

Otro botón de muestra de este tipo de prácticas lo encontramos en Double Feature (2004), una revista editada por Julia Montilla que se presentó como un magazine de corte femenino con un carácter similar a la destinada a las seguidoras de las telenovelas. La publicación estaba compuesta de distintas secciones entre las que se encuentran un consultorio sentimental, un cuento cuyos protagonistas son conocidos personajes de telenovela, un ensayo sobre la identificación de la mujer con este género y vídeos convertidos en fotonovela, y venía acompañada de numerosos extras como un póster, varios tests, algunos anuncios y una hoja de pegatinas.

O las hilarantes guías de viaje Jetlag Travel Guide, producidas en Australia a partir de 2003 por unos supuestos expertos en turismo sobre países ficticios como Molvania, Phaic Tan, o San Sombrero, pero presentadas con todo tipo de información y recomendaciones al estilo Lonely Planet.

Bibliografía

Web de artista: http://nuriacarrasco.com
Jetlag Travel Guide: http://www.jetlagtravel.com
Este breve documental explica la historia de cómo una parte importante de las tradiciones valencianas nacieron a partir de determinadas prácticas sociales desarrolladas por los descendientes de las prostitutas de uno de los más afamados burdeles del Mediterráneo fundado en el siglo XV en Benimaclet, y cuya primera noticia hace referencia a una fabulosa prostituta –una princesa persa– llamada Sara “la Negrellona”.

Los “fills de puta”, los hijos nacidos de las relaciones sexuales de aquellas prostitutas, a menudo con clientes de posición social alta, en lugar de ser abandonados o asesinados como era costumbre, eran entregados a las familias lugareñas para que fueran criados y formados para trabajar en la huerta. A ellos se debe, entre otras cosas, la evolución de la gastronomía regional, como la paella. La prole de aquellas meretrices también destacó por su gran capacidad para el ascenso político, social y cultural, y por la defensa de sus derechos específicos, un aspecto que inspirará a Diderot al redactar *Le Fils naturel* o *Les épreuves de la vertu* en 1757.

El documental relata también cómo en 1907 se celebra la primera reunión de “fills de puta”, que acabará en una *kermesse* en plena comuna con el resto de vecinos de Benimaclet, dando así expresión a un anhelo libertador y de integración de los “hijos de puta” en la sociedad civil. En la actualidad, muchos vecinos descendientes de aquel burdel siguen celebrando en comunidad y con alegría sus rasgos distintivos.

El 17 de marzo de 2014, la productora del documental, Barret Films, con participación de la Universitat de València, anuncia su estreno. La noticia llega a la redacción del diario Levante-EMV, que tras el visionado online del material y diversas conversaciones con el productor de la obra, confirma la autenticidad del contenido y publica la historia al día siguiente. Al destaparse que todo se trata de una ficción, el diario acusará a sus autores de haber creado una estrategia de acoso y derribo hacia el medio.

**Bibliografía**

Este breve documental explica la historia de cómo una parte importante de las tradiciones valencianas nacieron a partir de determinadas prácticas sociales desarrolladas por los descendientes de las prostitutas de uno de los más afamados burdeles del Mediterráneo fundado en el siglo XV en Benimaclet, y cuya primera noticia hace referencia a una fabulosa prostituta –una princesa persa– llamada Sara “la Negrellona”.

Los “fills de puta”, los hijos nacidos de las relaciones sexuales de aquellas prostitutas, a menudo con clientes de posición social alta, en lugar de ser abandonados o asesinados como era costumbre, eran entregados a las familias lugareñas para que fueran criados y formados para trabajar en la huerta. A ellos se debe, entre otras cosas, la evolución de la gastronomía regional, como la paella. La prole de aquellas meretrices también destacó por su gran capacidad para el ascenso político, social y cultural, y por la defensa de sus derechos específicos, un aspecto que inspirará a Diderot al redactar Le Fils naturel ou Les épreuves de la vertu en 1757.

El documental relata también cómo en 1907 se celebra la primera reunión de “fills de puta”, que acabará en una kermesse en plena comuñión con el resto de vecinos de Benimaclet, dando así expresión a un anhelo libertador y de integración de los “hijos de puta” en la sociedad civil. En la actualidad, muchos vecinos descendientes de aquel burdel siguen celebrando en comunidad y con alegría sus rasgos distintivos.

El 17 de marzo de 2014, la productora del documental, Barret Films, con participación de la Universitat de València, anuncia su estreno. La noticia llega a la redacción del diario Levante-EMV, que tras el visionado online del material y diversas conversaciones con el productor de la obra, confirma la autenticidad del contenido y publica la historia al día siguiente. Al destaparse que todo se trata de una ficción, el diario acusará a sus autores de haber creado una estrategia de acoso y derribo hacia el medio.

Bibliografía
ÍNDICE DE OBRAS
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td><em>Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos</em>, 1944 (Gobierno nacional socialista alemán: Schutzstaffel(SS) o “Escuadras de defensa”)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>106-109</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td><em>The Floor of Fame (El suelo de la fama)</em>, 1978 (Carlos Pazos)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>110-111</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td><em>Llévame al museo, papi</em>, 2006 (Guillermo Trujillano)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>112-114</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td><em>Arte de los medios de comunicación. Happening para un jabalí difunto</em>, 1966 (Eduardo Costa, Raúl Escari, Roberto Jacoby)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>115-119</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td><em>Fauna</em>, 1985-1987 (Joan Fontcuberta y Pere Formiguera)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>120-123</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>“The Weirdness Installation”: segundo capítulo de <em>Each &amp; Everyone of You</em>, 1997 (Donald Goodes y Anne-Marie Léger)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>124-126</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td><em>Las cajas chinas</em>, 2011 (Montse Carreño y Raquel Muñoz)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>127-130</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td><em>La balada del valor de uso</em>, 2011-2012 (Octavi Comeron)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>131-134</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td><em>IVM Oficina de Gestión</em>, 1994 (Isidoro Valcárcel Medina, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>135-141</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td><em>Jusep Torres Campalans</em>, 1958 (Max Aub)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>142-146</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td><em>Comando Arte Libre S-11</em>, 2008 (Lucas Ospina)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>147-149</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td><em>Pavel Jerdanowitch</em>, 1924-1927 (Paul Jordan-Smith)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>150-152</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td><em>Abel Raises Cain</em>, 2008 (Alan Abel)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>153-154</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td><em>Pandora’s Hope (La esperanza de Pandora)</em>, 2013 (Joey Skaggs)</td>
<td></td>
<td></td>
<td>155-157</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
| **15** | **Golpe de estado en Rusia**, 1991 (Miguel Ángel Martín, Manuel Delgado)  
| **16** | **War of the Worlds (La guerra de los mundos)**, 1938 (Orson Welles y The Mercury Theatre)  
Rep. pp. 161-165 |
| **17** | **Atomic explosion - mushroom cloud in a public TV broadcast (Explosión atómica – nube de hongo en una emisión pública de TV)**, 2007 (Ztohoven)  
Rep. pp. 166-167 |
| **18** | **El Niño Pepita**, 2010 (Claudia Llosa)  
| **19** | **Darko Maver**, 1998-1999 (Eva y Franco Mattes [0100101110101101.org])  
Rep. pp. 171-172 |
| **20** | **Harry Kipper + Viterbo**, 1994-1997 (Luther Blissett)  
| **21** | **Dow Chemical**, 2004 (The Yes Men)  
Rep. pp. 177-179 |
| **22** | **Décret nº 1**, 1992 (Rogelio López Cuenca)  
| **23** | **Český sen (El sueño checo)**, 2004 (Vít Klusák y Filip Remunda)  
Rep. pp. 183-184 |
| **24** | **México vs Brasil**, 2004 (Miguel Calderón)  
Rep. pp. 185-187 |
| **25** | **Consulado 5.1**, 2003 (Pep Dardanyà)  
Rep. pp. 188-189 |
| **26** | **¿Es mailing mail-art?**, 1992 (Isidoro Valcárcel Medina)  
Rep. pp. 190-193 |
| **27** | **Opération Lune. Título en castellano: El lado oscuro de la luna**, 2002 (William Karel)  
Rep. pp. 194-197 |
| **28** | **Videocracia. Ficción y política**, 2012 (Jorge Luis Marzo y Arturo ‘fito’ Rodríguez)  
Rep. pp. 198-200 |
29 National Geographic destapa el fraude de Stonehenge, 2009 (Antonio Martínez Ron)
   Rep. pp. 201-205

30 Un tigre de papel, 2007 (Luis Ospina)
   Rep. pp. 206-209

31 Sputnik, 1997 (Joan Fontcuberta)
   Rep. pp. 210-212

32 Forgotten Silver (La verdadera historia del cine), 1995 (Peter Jackson y Costa Botes)

33 Lenin Cumbe, 1992 (Agustín Parejo School)
   Rep. pp. 216-218

34 No Fun, 2010 (Eva y Franco Mattes [0100101110101101.org])
   Rep. pp. 219-220

35 Sin título, 1977-1979 (Passion D. I. [Deportes e Ideas, Conceptuales en la Palestra]; Aquassion [Conceptuales en Remojo])
   Rep. pp. 221-224

36 Le Grand Troc (El gran trueque), 2000 (Matthieu Laurette)

37 ¿Has soñado con este hombre?, Desde 2006 (Andrea Natella)
   Rep. pp. 228-230

38 Ha llegado la hora del saqueo, 1995 (Preiswert Arbeitskollegen [Sociedad de Trabajo no Alienado])
   Rep. pp. 231-233

   Rep. pp. 234-236

40 The Domestic Violence Milkcarton (El cartón de leche de la violencia doméstica), 1991-1992 (Peggy Diggs)

41 Todo es sospechoso, 2003 (Domingo Sánchez Blanco)
   Rep. pp. 242-246
42 Real Snow White, 2009 (Pilvi Takala)

43 Acción de presentación, 1994 (Selección de Euskadi de Arte de Concepto [SEAC])
Rep. pp. 249-251

44 KALAS, 2014 (Nuria Carrasco)
Rep. pp. 252-254

45 fills de puta, 2014 (Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell)
Rep. pp. 255-256
no es verdad, no es mentira

Real Snow White, 2009 (Pilvi Takala)

Acción de presentación, 1994 (Selección de Euskadi de Arte de Concepto [SEAC])
Rep. pp. 249-251

KALAS, 2014 (Nuria Carrasco)
Rep. pp. 252-254

Fills de puta, 2014 (Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell)
Rep. pp. 255-256

CONSEJO RECTOR DEL IVAM

Presidente
Vicent Marzà
Conseiller d’Educatió, Investigacíó, Cultura i Esport

Vicepresidente
Albert Girona Albuixech
Secretari Autonòmic de Cultura i Esport

Secretario
Josep Vidal Borràs
Secretari d’Educació, Investigació, Cultura i Esport

Vocales
José Miguel García Cortés
Carmen Amoraga Toledo
Victoria Vivancos Ramón
Clara Ferrando Estrella
Ester Alba Pagán
Luis Moreno Maicas

Directores Honorarios
Tomàs Llorens
Carmen Alborch
J. F. Yvars
Juan Manuel Bonet

Patrocinador Principal
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

IVAM INSTITUT VALENÇIA D’ART MODERN

Director
José Miguel G. Cortés

Subdirector de Actividades y Programas Culturales
Álvaro de los Ángeles

Subdirectora de Administración
Blanca Jiménez

Subdirectora de Comunicación y Redes Sociales
Ana Moure

Conservador responsable de la Colección
Josep Salvador

Conservador responsable de Exposiciones Temporales
Joan Ramon Escrivà

Registro
Cristina Mulinas

Restauración
Maite Martínez

Conservación
Marta Arroyo, Irene Bonilla, Maita Cañamás, Mª Jesús Folch, Raquel Gutiérrez (Acción exterior), Teresa Millet, Sandra Moros

Gestión Económica
Carmen Monteagudo

Gestión Administrativa
Livia Pérez

Publicaciones
Manuel Granell

Comunicación
Encarna Jiménez

Actividades
Mª Ángeles Valiente

Biblioteca
Eloísa García

Fotografía
Juan García Rosell

Informática
Alberto Mata

Mantenimiento
Daniel Cámara

Montaje
Yolanda Montañés

Gestión Económica
Carmen Monteagudo

Gestión Administrativa
Livia Pérez

Publicaciones
Manuel Granell

Comunicación
Encarna Jiménez

Actividades
Mª Ángeles Valiente

Biblioteca
Eloísa García

Fotografía
Juan García Rosell

Informática
Alberto Mata

Mantenimiento
Daniel Cámara

Montaje
Yolanda Montañés
EXPOSICIÓN
Comisario: Jorge Luis Marzo
Coordinación: Marta Arroyo Planelles

AGRADECIMIENTOS
A todas las artistas
A Jesús Alcaide; Alumnas del BAU Centro Universitario de Diseño de Barcelona; Teresa Álvarez Aub; Nekane Aramburu; Archivo Lafuente-Heras, Cantabria; ARTIUM de Álava, Vitoria-Gasteiz; Elena Aub; Bani Brusadin; Luis Camnitzer; Colección Antonio García y Sebastián Becerra; Juan Crespo; Judy Drosd; Daniel Eguskiza; Enric Farrés; Carmen Fernández Aparicio; Fundación Max Aub, Segorbe; Galería Kurimanzutto; Galería Visor; María Gaztambide, ICAA (International Center for the Arts of the Americas) Houston Fine Arts Museum; Jaime González de Aledo; Ingrid Guardiola; Lola Hinojosa Martínez; Andrés Hispano; Roberto Jacoby; Joana Llauradó; Sonia López; MACBA, Museu d’Art Contemporani de Barcelona; Jill Magid; Joana Masó; MNAC, Museu Nacional d’Art de Catalunya; MNCAH, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía; María Mur (Consonni); Salvador Nadalés Zayas; Noelia Ordóñez; OVNI, Observatorio de Video no Identificado; Cecilia Pérez Arce; Esteban Pujals; Julia Ramírez; Kiwi Sainz; Mar Sorribas; Patricia Sorroche; Lulú Soto; Paco Tortajada; Juan Pablo Wert.
A los participantes del seminario de Joan Fontcuberta, Máster Oficial en Producción Artística de la Universitat Politècnica de València: Ana Ciscar Cebria; Carlos Correcher; Carlos Peris Munyoz; Sonia Tarazona Caudet.
Máster de Historia del Arte y Cultura Visual de la Universitat de València: Raquel Baixauli Romero; Angel Campos Perales; Esther González Gea; Eugenio Vizuete Pérez
IVAM: Isabel Álvarez; Juan Domingo; Juanma Pérez; Mercedes Vanderdorpe.

PUBLICACIÓN
Producción: Institut Valencià d’Art Modern, Valencia 2016
Diseño: Manuel Granell
Coordinación técnica y maquetación: Maria Casanova

Fotografías: Juan García Rosell y Elisa Bermejo (IVAM)

© Institut Valencià d’Art Modern, Valencia 2016
© de los textos: los autores, Valencia 2016
© Carlos Pazos, Joan Fontcuberta, Pere Formiguera, Xavier Nogués, Matthieu Laurette, VEGAP, Valencia 2016

Realización: LaImprentaCG
ISBN: 978-84-482-6115-3
DL: V-2511-2016

Está rigurosamente prohibido, bajo las sanciones establecidas por la ley, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro tipo de soporte, sin la autorización expresa del IVAM Institut Valencià d’Art Modern y de los titulares del copyright.
verdad

es  parece

FAKE

secretó  mentira

no parece  no es

falsedad