

**TESI DOCTORAL**

---

**VEROFICCIÓN.  
ARTE Y FALSEDAD EN EL SISTEMA COMUNICACIONAL  
CONTEMPORÁNEO**

**Jorge Luis Marzo Pérez**

Directora de tesi: Teresa Martínez Figuerola

Tutor: Xavier Ginesta

Programa de doctorat: Traducció, gènere i estudis culturals

**2017**

**UVIC**

UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

Escola  
de Doctorat



*A mis padres, que no nos engaaron.  
Tuvimos que aprender solos.*



## **AGRADECIMIENTOS**

El autor desea agradecer la contribución de:

La directora de tesis, Teresa Martínez Figuerola, y el tutor de tesis, Xavier Ginesta.

Læs artistas y activistas cuyas obras y acciones forman los casos de estudio:

Carlos Pazos, Guillermo Trujillano, Pep Dardanyà, Andrea Natella, Roberto Jacoby, Joan Fontcuberta, Don Goodes, Montse Carreño, Raquel Muñoz, Octavi Comeron, Isidoro Valcárcel Medina, Lucas Ospina, Joey Skaggs, Manuel Delgado, Ztohoven, Claudia Llosa, Eva y Franco Mattes, Antonio Martínez Ron, Arturo fito Rodríguez, Luther Blissett, The Yes Men, Rogelio López Cuenca, Agustín Parejo School, Luis Ospina, Selección de Euskadi de Arte de Concepto, Vít Klusák, Filip Remunda, Miguel Calderón, Passion D. I., Matthieu Laurette, Preiswert Arbeitskollegen, Peggy Diggs, Domingo Sánchez Blanco, Pilvi Takala, Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell, Nuria Carrasco.

Las personas que han hecho posible acceder a materiales de archivo, de colección o que han contribuido a esclarecer determinados asuntos:

Teresa Álvarez Aub; 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; MNAC, Museu Nacional d'Art de Catalunya; MNCARS, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía; María Mur (Consonni); Salvador

Nadales Zayas; Noelia Ordóñez; OVNI, Observatorio de Video no Identificado; Cecilia Pérez Arce; Esteban Pujals; Julia Ramírez; Kiwi Sainz; Mar Sorribas; Patricia Sorroche; Paco Tortajada; Juan Pablo Wert.

El equipo directivo y de conservación del Instituto Valenciano de Arte Moderno, por haber facilitado la producción de la exposición *Fake. No es verdad, no es mentira* (20 octubre de 2016-29 de enero de 2017). En especial, a José Miguel Cortés (director), Joan Ramón Escrivà (Conservador Jefe) y Marta Arroyo (coordinadora de producción).

Joana Masó, por facilitarme extensa relación bibliográfica sobre filosofía y verdad.

Maureen Connor, por facilitarme la estancia en Nueva York en verano de 2014 durante el periodo de investigación realizado en diferentes bibliotecas y centros sociales y de arte de la ciudad.

Joan Fontcuberta, por las conversaciones e intercambio de pareceres.

Lulú Soto, pachtik osomatli.





<b>ÍNDICE</b>	<b>Pág.</b>
<i>Dedicatoria</i>	3
<i>Agradecimientos</i>	5
<i>Índice</i>	9
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>15</b>
JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	18
HIPÓTESIS	21
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>22</b>
CRITERIOS DE EVALUACIÓN METODOLÓGICA	25
<b>ESTRUCTURA</b>	<b>27</b>
<b>CAPÍTULO 1. CULTURA Y FALSEDAD</b>	<b>33</b>
1.1- IMAGEN Y REALIDAD	35
1.1.1- EL NACIMIENTO DE UN FANTASMA	37
1.1.2- IMAGEN Y ARTIFICIO	43
1.1.3- FALSEDAD Y LIBERACIÓN	47
1.1.4- EL SIMULACRO	59
1.2- EL FACTOR DE LO FALSO EN LA PRODUCCIÓN CULTURAL	65
1.2.1- LO FALSO: UNA SEMÁNTICA NEGATIVA	67
1.2.2- CAMBIO DE DIRECCIÓN	71
1.2.3- LÍMITES Y CONEXIONES ENTRE EL <i>FAKE</i> Y LA FALSIFICACIÓN COMERCIAL	78
1.3- LA INSTITUCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD: AUTENTICIDAD, AUTORÍA Y PROPIEDAD	82
1.3.1- ENTIDADES DE DES-INDIVIDUALIZACIÓN: VENTRILOQUÍAS	90
1.3.2- INSTITUCIONES DE OBJETIVIDAD	94
1.4- GENEALOGÍA DE LA IMPOSTURA	105
1.4.1- IMPOSTORES	105
1.4.2- HISTORIA, RELATO Y OBJETIVIDAD	112
<b>CAPÍTULO 2. REGÍMENES DE VERDAD</b>	<b>125</b>
2.1- EL CONTRATO DE VERIDICCIÓN	127
2.1.1- UNA FILOSOFÍA DE LA SOSPECHA	132
2.1.2- UNA FILOSOFÍA DE LA UTILIDAD	134

2.2- TÉRMINOS PARA UNA HERMENÉUTICA DE LA POSVERDAD	138
2.2.1- HERENCIAS Y ACTUALIZACIONES DE LA DESINFORMACIÓN	144
2.3- ACTIVISMO, CORTOCIRCUITO Y POSVERDAD	156
<b>CAPÍTULO 3. MECÁNICA Y ESTÉTICA DE LA VEROFICCIÓN</b>	<b>167</b>
3.1- EL <i>FAKE</i> COMO FORMATO	169
3.1.1- DEFINICIONES FORMALES	169
3.1.2- EL PARATEXTO Y EL FORMATO EXPOSITIVO	174
3.1.3- HETERONIMIAS	185
3.1.4- EL FALSO DOCUMENTAL	210
3.2- UNA ESTETICA DE LA DESARTISTIZACIÓN	227
3.2.1- ARTE E INVISIBILIDAD ESTÉTICA	227
3.2.2- DES-APARIENCIA E INSERCIÓN SOCIAL	239
3.2.3- CAMUFLAJE	250
3.2.3.1- ARTE CONTEMPORÁNEO Y CAMUFLAJE FORMAL	262
3.3- POLÍTICAS DE LA PARODIA	265
3.3.1- LA RISA	265
3.3.2- EL PASTICHE	271
3.3.3- POÉTICA, PARODIA Y ACCIÓN	278
3.3.4- EUROPA. 1950-1960	282
3.3.5- ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ. 1960-2000	285
3.3.6- AMÉRICA LATINA. 1960-1990	292
3.3.7- ITALIA. 1970-2000	299
3.3.8- REPÚBLICA CHECA. 1990-2000	309
3.3.9- ESPAÑA. 1980-2000	312
<b>CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES</b>	<b>337</b>
<b>CAPÍTULO 5. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS</b>	<b>347</b>
PUBLICACIONES	349
ARTÍCULOS DE PRENSA	383
SITIOS WEB	386
<b>RECURSOS ANEXOS - CASOS DE ESTUDIO (siguiente página)</b>	<b>391</b>

## CASOS DE ESTUDIO (RELACIÓN)

- 1- Gobierno nacionalsocialista alemán: *Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos*, 1944.
- 2- Carlos Pazos: *The Floor of Fame* (El suelo de la fama), 1978.
- 3- Guillermo Trujillano: *Llévame al museo, papi*, 2006.
- 4- Eduardo Costa, Raúl Escari, Roberto Jacoby: *Arte de los medios de comunicación. Happening para un jabalí difunto*, 1966.
- 5- Joan Fontcuberta y Pere Formiguera: *Fauna*, 1985-1987.
- 6- Donald Goodes y Anne-Marie Léger: "The Weirdness Installation": segundo capítulo de *Each & Everyone of You*, 1997.
- 7- Montse Carreño y Raquel Muñoz: *Las cajas chinas*, 2011.
- 8- Octavi Comeron: *La balada del valor de uso*, 2011-2012.
- 9- Isidoro Valcárcel Medina, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco: *IVM Oficina de Gestión*, 1994.
- 10- Max Aub: *Jusep Torres Campalans*, 1958.
- 11- Lucas Ospina: *Comando Arte Libre S-11*, 2008.
- 12- Paul Jordan-Smith: *Pavel Jerdanowitch*, 1924-1927.
- 13- Alan Abel: *Abel Raises Cain*, 2008.
- 14- Joey Skaggs: *Pandora's Hope* (La esperanza de Pandora), 2013.
- 15- Miguel Ángel Martín, Manuel Delgado: *Golpe de estado en Rusia*, 1991.
- 16- Orson Welles y The Mercury Theatre: *War of the Worlds* (La guerra de los mundos), 1938.
- 17- Ztohoven: *Atomic explosion - mushroom cloud in a public TV broadcast* (Explosión atómica – nube de hongo en una emisión pública de TV).
- 18- Claudia Llosa: *El Niño Pepita*, 2010.
- 19- Eva y Franco Mattes: *Darko Maver*, 1998-1999.
- 20- Luther Blissett: *Harry Kipper + Viterbo*, 1994-1997.
- 21- The Yes Men: *Dow Chemical*, 2004.
- 22- Rogelio López Cuenca: *Décret no 1*, 1992.

- 23- Vít Klusák y Filip Remunda: *Český sen (El sueño checo)*, 2004.
- 24- Miguel Calderón: *México vs Brasil*, 2004.
- 25- Pep Dardanyà: *Consulado 5.1*, 2003.
- 26- Isidoro Valcárcel Medina: *¿Es mailing mail-art?*, 1992.
- 27- William Karel: *Opération Lune (El lado oscuro de la luna)*, 2002.
- 28- Jorge Luis Marzo y Arturo 'fito' Rodríguez: *Videocracia. Ficción y política*, 2012.
- 29- Antonio Martínez Ron: *National Geographic destapa el fraude de Stonehenge*, 2009.
- 30- Luis Ospina: *Un tigre de papel*, 2007.
- 31- Joan Fontcuberta: *Sputnik*, 1997.
- 32- Peter Jackson y Costa Botes: *Forgotten Silver (La verdadera historia del cine)*, 1995.
- 33- Agustín Parejo School: *Lenin Cumbe*, 1992.
- 34- Eva y Franco Mattes: *No Fun*, 2010.
- 35- Passion D. I.; Aquassion: *Sin título*, 1977-1979.
- 36- Matthieu Laurette: *Le Grand Troc (El gran trueque)*, 2000.
- 37- Andrea Natella: *¿Has soñado con este hombre?*, 2006.
- 38- Preiswert Arbeitskollegen (Sociedad de Trabajo no Alienado): *Ha llegado la hora del saqueo*, 1995.
- 39- Cildo Meireles: *Inserções em circuitos ideológicos (Inserciones en circuitos ideológicos); Proyecto Coca-Cola y Proyecto Cédula*, 1970-1975.
- 40- Peggy Diggs: *The Domestic Violence Milkcarton (El cartón de leche de la violencia doméstica)*, 1991-1992.
- 41- Domingo Sánchez Blanco: *Todo es sospechoso*, 2003.
- 42- Pilvi Takala: *Real Snow White*, 2009.
- 43- Selección de Euskadi de Arte de Concepto (SEAC): *Acción de presentación*, 1994.
- 44- Nuria Carrasco: *KALAS*, 2014.
- 45- Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell: *Fills de puta*, 2014.





## INTRODUCCIÓN

*Veroficción*: Técnica lingüística que utiliza artificios de apariencia para infiltrarse en contextos determinados a fin de operar en ellos sin revelar su identidad ni su objetivo ulterior, los cuales se desvelan al final del proceso, exponiendo mediante el cortocircuito generado por el engaño la condición de los mecanismos sociales habituales en la construcción de sentido.<sup>1</sup>

Esta tesis doctoral trata de examinar el nacimiento, evolución y actualidad de la falsedad como *posibilidad* de discurso público a través de las prácticas de impostura y engaño, de veroficción, habitualmente llamadas *fakes*. Plantea una exploración tanto de la economía del lenguaje del artificio como de su mecánica en el territorio de la estética, del arte y de la comunicación. Aunque, a primera vista, el emplazamiento de la cuestión de lo falso en el ámbito artístico podría parecer que simplifica los problemas al tratarse de una dimensión de las actividades humanas impregnada por una retórica de la ficción, de la arbitrariedad y de la sensibilidad, las profundas transformaciones del sentido y función de lo estético en la cultura occidental contemporánea son inexplicables sin tener en cuenta su hipoteca con respecto a otras mutaciones y desplazamientos lingüísticos acaecidos en otras dimensiones y prácticas sociales. Como veremos en las próximas páginas, nuevas sensibilidades sociales llevan el arte, antaño baluarte del universo de la ficción, hacia nuevas direcciones que menoscaban su tradicional posición de desapego hacia formas objetivas de comunicación. Hoy, un número cada vez mayor de prácticas artísticas se dispone, a menudo formando una difusa línea de batalla, a entablar un enfrentamiento con un universo comunicacional que ha hecho suyo el principio de la verdad utilitaria, aquella cuya legitimidad pivota en el grado de productividad de sus efectos. Este tipo de sensibilidad ha optado por tratar sobre lo objetivo, abandonando en parte su estima por lo subjetivo. Esa batalla no se dirime en campos perfectamente dispuestos los unos contra los otros,

---

<sup>1</sup> Término usado por el autor para definir las prácticas artísticas y activistas que se contemplan como objeto de estudio. Más información en la sección 3.1.1.

sino en un espacio nuevo, en una esfera híbrida y nebulosa cuyos protagonistas son etéreos, fantasmales, cuya corporeidad es múltiple y engañosa y cuya identidad y objetivos son difíciles de establecer. Por ello, pensar lo falso en el ámbito estético no supone una ventaja para el investigador, sino que se presenta como un camino desnivelado por el efecto de tradiciones o de mutaciones. Acaso el papel del investigador no pueda ser otro que disfrazarse también para poder operar con algo de sigilo en el magma que se produce cuando las antiguas consideraciones sobre la verdad, la falsedad, la mentira o la ficción parecen quedar irremediablemente diluidas.

Si la radiografía se presenta compleja, el diagnóstico, naturalmente, no parece asunto menos incómodo. Si la radiografía contribuye a la elaboración de un diagnóstico que determine la situación del objeto de estudio y cuáles son las tendencias del mismo, es posible que, en el caso que nos ocupa, ese diagnóstico deba asumir con plena conciencia y humildad que no podrá argumentarse con una certeza objetiva –más allá de la evidencia de los hechos- a la luz, también, de ciertos factores: 1) La elaboración de una diagnosis de lo falso puede contaminarse de los apriorismos morales que conlleva la categoría; 2) El desarrollo de una visión alternativa de lo falso no debería proclamar una falsa victoria sobre el necesario, saludable y urgente ejercicio de la verdad; 3) Determinadas manifestaciones de lo falso conducen a sentidos de lo real que no pueden revelarse en los clásicos espacios de veridicción de lo “verdadero”; y, por el contrario, mucho de lo falso sólo lo conocemos porque ha dejado de ser falso para hacerse verdadero.

Este es el principal reto con el que se enfrenta la presente investigación. Para acometerlo con ciertas garantías, se hacen necesarios algunos dispositivos, mayormente de traducción. En primer lugar, se hace perentoria una constante atención a los desplazamientos semióticos del lenguaje: no es lo mismo hablar de ciertos términos en el siglo XX que en nuestros días; no es lo mismo hablar de ciertas cosas en ciertos lugares que en otros. La transformación en la forma en que el sentido de las palabras cobra o abandona sus significados marca

indeleblemente cualquier investigación, pero especialmente esta, ya que presenta conceptos complejos y centrípetos como verdad o mentira, falsedad o engaño, que comparten adscripciones tanto anacrónicas como contemporáneas, conviviendo como dos caras de una misma moneda, cuyo valor es voluble y esquivo.

En segundo lugar, habrá que familiarizarse con nuevos modos de extracción semántica. Una investigación sobre lo falso y su potencial lingüístico –que es lo que, en el fondo, persigue el presente texto- debe ser capaz de extraer del pasado ciertos sentidos de ideas, prácticas y políticas que ayuden a percibir pulsiones históricas y culturales de largo recorrido (una suerte de historia de las mentalidades) sin detrimento de la comprensión de su sentido original en el tiempo y en el espacio. Una historia positiva, afirmativa, de la falsedad no puede ni debe obviar el clima riguroso en el que lo falso ha debido vivir, lo que no es óbice para intentar una interpretación amplia del fenómeno más allá del clima del momento.

Por último, será bueno no dar por sentado desde dónde se habla. ¿Quién es el autor que pretende hablar de lo falso, precisamente en razón a la licuación general de la autoría y a la crisis de un modelo determinado de enunciación? Aún más, ¿cómo establecer un discurso autorizador, un espacio claro de veridicción, como es el caso de cualquier tesis doctoral, de un tema fundamentalmente trabado en la desautorización de los regímenes actuales de verdad y competencia? ¿Cómo hacer un tesis doctoral que pretende explorar los órdenes comunicacionales que autorizan o desautorizan lenguajes, sin impostar su quehacer, bien sea autorizando su propio discurso, bien deconstruyéndolo y poniendo así, en ambos casos, trabas en pos de su objetivo metodológico, que es diagnosticar?

En pos de una posible solución a estas potenciales contradicciones, el autor ha optado por producir una suerte de heteronimia. Decíamos que es acaso una buena opción el disfraz a la hora de introducirse en sujetos, afectos y actos que

viven en dimensiones aparentemente apartadas, como lo es la verdad y la mentira, la naturalidad y el artificio. El disfraz hermenéutico permite al investigador compartir códigos dispares a la hora de interpretar un asunto: bebe en parte tanto de la filosofía de verdad como de la del engaño. De la primera toma prestada su condición de sujeto irrenunciable y enunciable, eje de la certeza; de la segunda, su condición instrumental, táctica, que permite irrumpir, interrumpir y asociar los relatos diversos. La investigación sobre lo falso, como forma de interacción humana y como lenguaje capaz de transmitir la presencia de un gran cuerpo social, no puede orientarse al establecimiento de una voz catártica que rehabilite verdades o mentiras sobre esa interacción con la verdad y la mentira, sino a la constitución de un amplio instrumental que haga posible operar con las garantías suficientes de movimiento. Ya no podemos operar a las hormigas con nuestras manazas de Hulk: necesitamos habilitar nuevas herramientas que, al tiempo que ayudan a relatar *bona fides* las andanzas de nuestras quimeras con lo real, sean capaces de presentar nuevas potencias que desbloqueen las impotencias del lenguaje cuando ha de habérselas con las quimeras del propio lenguaje. Y acaso la ficción es la única salida. No se tema, no hay voluntad de ficción en esta tesis más allá de las ficciones íntimas del doctorando. Pero sí está presente la cuita última por el carácter y condición del lenguaje a la hora de diagnosticar lo falso, cuando los signos, como Umberto Eco demostró, están hechos para mentir.

### JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

El interés del autor por el presente objeto de estudio nace a finales de los años 1990, cuando comenzó a ocuparse de la constitución del lenguaje como forma de manipulación, subversión y parodia. En 1998, comisarió una exposición y editó un libro sobre la guerra psicológica en el siglo XX (CCCB, Barcelona); ese mismo año, comisariaba otra muestra sobre el lenguaje ilusionista del arte contemporáneo y sus relaciones con las técnicas desarrolladas por Harry Houdini (Amarica, Vitoria), también con publicación complementaria; además de co-dirigir un conjunto de exposiciones sobre las relaciones entre el

ilusionismo y las nuevas tecnologías (Fundació Miró, Barcelona). En 2002, organizó una exposición y una publicación sobre infiltraciones de artistas en el medio televisivo (EACC, Castelló), y dirigió un programa televisivo sobre la parodia y la ventriloquía (BTV). En 2003, organizó una muestra y un libro sobre la impronta de las nuevas tecnologías en la constitución de los relatos sobre la economía social (Fundació Tàpies, Barcelona). En 2007, dirigió un proyecto sobre infiltraciones de artistas en el medio radiofónico (Arts Santa Mònica, Barcelona). En 2008, junto a Arturo fito Rodríguez, comisarió una muestra y editó una publicación sobre el lenguaje de las campañas electorales en todo el mundo desde 1989 (Virreina, Barcelona), así como desarrolló un programa de televisión sobre la materia –en formato *fake*- para Televisión Española. En 2010, junto a Tere Badia, organizó una vasta exposición y un conjunto de publicaciones sobre el carácter colonialista de ciertas políticas visuales (CCCB; CAC, Quito). En 2013, comisarió una exposición y editó una publicación en relación al lenguaje de autoridad presente en los museos (Artium, Vitoria). En 2015, publicó, en colaboración con Patricia Mayayo, el manual universitario de la editorial Cátedra sobre el arte en España desde 1939 hasta 2015, en el que se analizó todo un cuerpo de nuevas prácticas y lenguajes activistas. En 2016, comisarió una muestra y editó una publicación sobre las prácticas *fake* en el arte contemporáneo (IVAM, Valencia). También en 2016, fue el director de un Congreso Internacional sobre las interfaces como nuevos lenguajes de una sociedad post-alfabética (BAU, Barcelona), así como codirigió, junto a Joana Masó, un seminario sobre el concepto de valor en la sociedad actual, en el que el tema del *fake* tuvo destacada presencia (Virreina).

Este conjunto de experiencias nace de la voluntad del autor de explorar la constitución de las políticas visuales en el tardocapitalismo. Por políticas visuales, cabe entender el conjunto de mitos, objetivos, intereses, instrumentos y efectos que sujetos, colectividades e instituciones despliegan visualmente para crear competencia política, esto es, para crear un espacio representativo de enunciación. Así, el lenguaje electoral, el discurso ilusionista presente en los relatos de naturalidad y transparencia de las nuevas tecnologías o los relatos

sobre la identidad post-nacional, pueden adscribirse a un modelo lingüístico que no opera sobre las bases de ningún espacio de veridicción establecido sino que son conformaciones de lo que recientemente ha venido en llamarse la posverdad: un lenguaje de sinceridad, confianza y emoción, que ha abandonado definitivamente los clásicos espacios de la competencia establecidos para legitimar la certeza, la veracidad y la autoridad.

La esfera de reflexión y acción artística no ha sido ajena a ese proceso ni ha quedado al margen. Una parte importante del arte contemporáneo se ha convertido –si ya no lo era antaño- en un engranaje sólido y fructífero de esas políticas visuales que desplazan la reflexión por el espectáculo, que sustituyen la imaginación por la fantasía. Por el contrario, otro sector importante del arte ha optado por explorar nuevas formas de enunciación que eludan la comunión con el lenguaje economicista y homologador y sean capaces de articular modos y afectos a fin de instituir una alteridad política vinculada a diversos órdenes de la vida social cuya generación o regeneración se estiman necesarias. Por consiguiente, los conceptos que configuran las prácticas veroficticias (*fakes*) surgen o habitan en un *topos* bisagra en el intermedio, en la colisión de estas cuestiones. El sistema comunicacional contemporáneo se conduce mediante lenguajes adscritos a las emociones: la veroficción las parasita para desvelar las estrategias que hacen de las emociones motivos de verdad.

Sin embargo, no debe olvidarse, ambos frentes se mueven con las mismas tácticas, la impostura, la infiltración, el camuflaje y la ventriloquía, temas que nos ofrecerán recorrido en las siguientes páginas. Es necesario, por tanto, distinguir con claridad lo que es mera voluntad de mentir o engañar de lo que es voluntad de utilizar el engaño para describir qué es la mentira. Este es un aspecto central en la justificación del presente trabajo: establecer los criterios por los que la falsedad debe ser considerada un eje vertebrador de producción de sentido y de salubridad política y lingüística, sin que sea confundida con el

enemigo al que pretende exponer, es decir, la mentira como forma de vida social. Aquí está implícita la hipótesis de la presente tesis.

## **HIPÓTESIS**

Cuando aquí hablamos de verdad o de falsedad no nos referimos al hecho de que se discrepe abiertamente de su significado. La mayoría de las personas nos ponemos rápidamente de acuerdo sobre su sentido. Sin embargo, las disparidades surgen también con celeridad cuando se trata de establecer la utilidad de su uso, su valor. ¿De qué me sirve la verdad? ¿Qué gano con la mentira? Todos los términos morales, como ya señaló en su día Nietzsche, son producto de un conjunto de *doxas* o sentidos sociales establecidos que se legitiman porque son capaces de liquidar y sancionar los conflictos, las *paradoxas*, permitiendo así una suerte de ilusión de paz social, comunión cultural y equilibrio espiritual. La verdad se ha constituido como uno de los ejes morales centrales de la sociedad occidental. Mediante su apelación, se han establecido un conjunto imponente de instituciones y regulaciones que determinan el mantenimiento del estándar moral representado por la verdad y por la necesaria voluntad de veracidad en el lenguaje social ya que permite la credibilidad pero también la credulidad, siempre oportuna a la hora de generar adhesiones.

Singularmente, una de estas instituciones es la artística. Se trata de un dominio que se diseñó de forma disciplinar para mantener acotadas las fuertes tensiones que la cultura moderna provocaba en su propio seno (y en ajenos) y que derivaron pronto en una serie de prácticas y asunciones que cuestionaban su propia lógica racionalista y productivista. El arte era ese espacio en el que la ilusión, la falsedad, la paradoja, la arbitrariedad y la subjetividad eran sometidas a domesticación a la vez que a su exposición; el lugar y el espacio en el que las prácticas, a menudo disidentes, eran transformadas en productos culturales emplazados en una secuencia perfectamente lógica. Pero una parte sustancial de las prácticas artísticas, aquellas más determinadas a que sus

enunciados no queden recluidos en la esfera de lo estético, inició un camino alternativo de gran calado: subvertir algunos de sus principales principios estéticos en aras a una mayor operatividad política, acaso pagando el precio de su propia invisibilidad, un proceso que, por otro lado, también le viene impuesto gracias al proceso general de estetización social.

¿Podríamos determinar, pues, que son ciertas prácticas artísticas el origen de una nueva forma de contestación y de enunciación que hace posible observar los pies de barro de los regímenes actuales de verdad? Pero, ¿pueden estas prácticas contribuir a un esclarecimiento de estos regímenes en la medida en que han abandonado la idea de disciplina y, por consiguiente, la fe en determinados utensilios hermenéuticos? En ambos casos, el presente estudio aboga por respuestas afirmativas.

## **METODOLOGÍA**

La elaboración de esta tesis se ha conducido mediante un cuerpo instrumental diverso, fundamentalmente bibliográfico, documental y de trabajo de campo con numerosos informantes, especialmente con artistas vinculados a las prácticas veroficticias.

El aparato bibliográfico está estructurado en tres grandes áreas y cursado en orden cronológico: filosofía, estética, semiótica y estudios culturales en relación a la verdad y la falsedad; la genealogía de la ficción falsaria en el arte y la literatura; y la literatura política, tanto de campo como analítica. La mayor parte del examen bibliográfico se produjo en Barcelona, con dos estancias de un mes en Nueva York (2014) y Ciudad de México (2015) respectivamente, durante las que se accedió a bibliografía adicional.

Durante la redacción, junto a Patricia Mayayo, de un manual de arte moderno y contemporáneo en España para la editorial Cátedra (Marzo, Mayayo, 2015), se aprovechó para examinar algunos de los formatos estéticos del activismo a fin

de establecer un patrón de análisis a la hora de elaborar el presente trabajo. Algunos párrafos de la presente redacción, en concreto los dedicados a las prácticas artísticas en España de la sección 3.3 “Políticas de la parodia”, fueron elaborados para el volumen de Cátedra, dentro del marco temporal fijado desde la inscripción y aprobación del proyecto de tesis (2014-2017). De la misma manera, una parte de la sección 2.1 y la redacción de los casos de estudio procede del libro *Fake. No es verdad, no es mentira* editado por el autor con motivo de la exposición homónima celebrada en el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) a finales de 2016 (Marzo, 2016a). No obstante, en la presente tesis, la gran mayoría de los casos de estudio han sido sometidos a un mayor escrutinio bibliográfico.

El aparato documental y de campo procede mayormente de la investigación cursada durante la preparación de la exposición (16 meses). El proceso de producción de la muestra permitió el acceso a una gran cantidad de recursos documentales en forma de manuscritos, obras de arte y paratextos expositivos, a menudo facilitados por numerosos artistas. Este material no se presenta adjunto dado su volumen, además de ser accesible en diversas fuentes.<sup>2</sup> De aquella investigación documental, surgen los 45 casos de estudio que se presentan, cuya selección y presentación merecen detalle aparte.

Los casos de estudio recogen ejemplos diversos de prácticas y acciones de veroficción, infiltración y camuflaje realizadas en el ámbito artístico o fuera de él, en numerosos países y cubriendo un arco temporal de un siglo. Se ha optado por exponerlos de dos formas distintas: primero, insertas en el relato, bien porque ilustran un concepto, bien porque el concepto las ilustra; segundo, agrupadas de manera individual en forma de recursos de consulta anexos. Del primer modo, nos aseguramos de vertebrar el discurso a través de la realidad de las prácticas. En el segundo, podemos observar su especificidad como

---

<sup>2</sup> La exposición *Fake. No es verdad, no es mentira* se celebró en el IVAM de Valencia entre el 20 de octubre de 2016 y el 29 de enero de 2017.

Sitio web del IVAM: <http://www.ivam.es/exposiciones/fake-no-es-verdad-no-es-mentira/>

Registro videográfico de la exposición: <https://www.youtube.com/watch?v=VUK4eI0wRp4>

relato. Se ha optado también por no ofrecer una casuística cerrada, puesto que ello impide más que beneficia la observación de los elementos compartidos entre todos los casos. De todas formas, los casos de estudio se encontrarán especialmente presentes en el capítulo 3, “Mecánica y estética de la veroficción”, tras haber examinado previamente los marcos generales de referencia necesarios.

En el texto se examinan también numerosos ejemplos y prácticas que no forman, sin embargo, casos de estudio. No se han establecido como tales por diversas razones: 1) Porque forman parte de la disciplina literaria, cuando la tradición literaria no es objeto del presente estudio, aunque sí vehículo de análisis; 2) por la falta de disponibilidad de mayor aparato documental; 3) porque representan redundancia respecto a los casos de estudio.

Las fuentes de la investigación son mayormente en lengua castellana, inglesa, catalana, italiana y francesa, con traducciones puntuales domésticas del alemán. La falta de acceso a literatura en otros idiomas es ciertamente un demérito de la presente investigación. Las citas en lengua no castellana han sido traducidas por el autor, incluso en el caso de que las obras que las contienen ya hayan sido traducidas en ediciones en castellano.

Se ha elegido la lengua castellana como vehículo idiomático de la tesis, siendo el autor catalano-hablante nativo. Ello se debe al deseo de optimizar los tiempos y cargas de la investigación y de no haber de traducir al catalán grandes volúmenes de información que ya están originalmente en castellano.

Los casos de estudio se consignan en el texto como CE, seguido de su número correspondiente.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN METODOLÓGICA

La aplicación de los criterios de realidad, factibilidad, relevancia, resolubilidad y activación (Latorre, 1996) en una investigación de estas características debe tratarse con precisión.

La realidad del objeto de estudio (la función y mecánica del engaño artificioso en la comunicación actual, con especial énfasis en el arte) es ciertamente comprobable en la forma en que se estructuran hoy una parte importante de los estudios culturales y de la comunicación, no únicamente en el ámbito académico sino en la gran plaza social. La ubicación del objeto de estudio es ya más difícil de establecer, dado que cada disciplina sitúa el fenómeno en relación a los objetivos estratégicos que persigue, ya sean estéticos, políticos, académicos, mercantiles.

En cuanto a la factibilidad, la investigación propone un itinerario de posibilidad, en el sentido de que, a la luz de las muchas recientes investigaciones en el campo de la historia de lo falso en la construcción de modelos estéticos, parece posible la emergencia de nuevas consideraciones sobre la función del artificio en un proceso de redefinición como el actual de los valores sociales y morales del lenguaje.

La relevancia de este trabajo podría residir en que, a diferencia de recientes investigaciones doctorales sobre el tema del *fake*<sup>3</sup>-que demuestran, si cabe más, su realidad como objeto de exploración-, la presente tesis pone un mayor énfasis en la tradición estética y filosófica del fenómeno de la comunicación

---

<sup>3</sup> En el contexto más cercano, cabe señalar:

BRUSADIN, Bani (2016). *El fake y el asalto a la comunicación. Evolución de las prácticas artísticas y activistas de manipulación de los medios (1968-2014)*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

FRAJ, Elena (2015). *Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

CARREÑO, Montse (2015). *F(r)icciones con lo real. Las cajas chinas*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

ficticia, sin desvincularla en absoluto de su eficacia instrumental política. Una parte del activismo contemporáneo proclive a una mayor desmaterialización de las guerrillas semiológicas tiende a dejar de lado una rama genealógica, la artística (tanto en arte como en literatura), que ha nutrido de forma constante la aparición de nuevos artificios alternativos. En un proceso de estetización acelerada de la economía social, la estética, que a su vez se encuentra sumergida en su propio proceso de des-apariencia, puede convertirse en una útil herramienta de interpretación y discurso, siempre y cuando sepamos desde dónde y cuando se habla.

La resolubilidad: ciertamente se pueden andamiar estructuras y genealogías que hagan posible una comprensión amplia del rol de lo falso en la constitución de la cultura y de sus etapas, así como también puede componerse una visión de la función de la veroficción en el lenguaje actual; es lo que hemos intentado realizar en la presente investigación, y, en este sentido, el objeto de estudio es claro y sostenible en sus diversas partes, creando entre todas ellas un esqueleto dinámico. No obstante, la idea de una resolución límpida del diagnóstico es descartable si nos atenemos al componente de multiplicidad semiótica de las cuestiones tratadas. Desde una perspectiva política se plantean *outputs* sólidos, en la medida en que las prácticas aquí tratadas, al cumplir o no sus objetivos, pueden dirimirse utilitariamente. En cambio, desde una óptica filosófica la resolución debe venir marcada con algo más de cautela, pues las posiciones están lejos de articular varas de medir precisas. El *fake* como objeto de estudio es perfectamente resoluble, su ubicación en el espacio de la comunicación también, pero su distribución disciplinar, al sostenerse desde muy diversos emplazamientos en la economía del conocimiento (ciencias sociales, arte, comunicación, política, filosofía) puede impedir forjar una agencia diáfana, y más, cuando esta agencia es compartida por actores muy diferentes y a menudo enfrentados.

Es necesario tener presente aquí, que la resolubilidad del objeto de estudio viene condicionada por el tipo de emplazamiento disciplinar que se aplique.

Autores como Bani Brusadin tienen razón al indicar que es conveniente situar las prácticas de “guerrilla semiótica” en el ámbito de los estudios culturales (Brusadin, 2015), tal y cómo señalan Hebdige y Hall (Hebdige, 1979; Hall, 1981). No obstante, las metodologías artísticas tomadas en préstamo por este tipo de activismo hacen necesarios determinados instrumentos de la historia de la estética para comprender la resemantización y refuncionalización de alguno de sus conceptos principales. Esta consideración ha sido central en la máquina hermenéutica del presente trabajo.

En relación a la activación, a que la investigación sea capaz de generar nuevos conocimientos y nuevas problemáticas, no nos cabe duda. El actual debate sobre el estado de las políticas de la comunicación, ya sean hegemónicas o contrahegemónicas, ha abierto las puertas para el surgimiento de un amplio abanico de dispositivos de análisis que, desde lo macro hasta lo micro y viceversa, dilatan extraordinariamente los horizontes de investigación. Tanto en el terreno estético, social, político o filosófico la *querelle* entre la verdad y la ficción como formas de consenso y disenso se despliega con una potencia difícilmente perceptible hace solo pocos años. ¿Qué alternativa supone lo falso frente a una verdad que se pretende dúctil, maleable y líquida en el presente estadio capitalista de la cultura humana? Queremos pensar que la presente investigación abunda en la consecución de nuevas perspectivas ante esta cuestión, central en el pensamiento sobre la salubridad de la vida social.

## **ESTRUCTURA**

En el **capítulo 1**, “**Cultura y falsedad**”, nos ocupamos de emplazar las manifestaciones de lo falso en el relato histórico occidental, atendiendo sus diversas adscripciones en la teoría de la imagen (“Imagen y realidad”), en la teoría cultural (“El factor de lo falso en la producción cultural”), en la genealogía de la autoría (“La institución de la subjetividad”) y de la impostura (“Genealogía de la impostura”).

En la sección “Imagen y realidad”, se plantea el carácter de la imagen partiendo de los juicios platónicos sobre su condición falsaria, ya que estos condicionaron enormemente las posteriores evoluciones de la estética y la filosofía en relación al potencial de la imagen artística como vehículo de veracidad o autenticidad. La negativa valoración de Platón sobre la imagen como mera sombra de lo real, y en especial su análisis de la figura del *phántasma* como una imagen abiertamente desligada de cualquier voluntad de certidumbre, es tratada en la subsección “El nacimiento de un fantasma”. La subsección “Imagen y artificio” se ocupa de establecer la condición artificiosa del arte a fin de determinar la asimilación de la *techné* como instrumento de juicio sobre lo falso en el lenguaje tanto estético como jurídico. La teorías filosóficas y sociológicas sobre lo falso y su potencial papel destructor de sujetos e instituciones, construidas por la cultura moderna al hilo o a contrapelo de las tesis de Platón son analizadas en la subsección “Falsedad y liberación”. Acerca de la actualización de estas teorías sobre el papel del signo en la comunicación contemporánea, a la estela de las sensibilidades posmodernas, nos ocupamos en la subsección “El simulacro”.

La sección “El factor de lo falso en la producción cultural” explora la constitución de lo falso en el vasto espectro de los relatos culturales, comenzado por un análisis de la semiosis negativa adquirida históricamente y los diversos modos de su interpretación, con especial atención en la producción literaria y artística y la invisible influencia que lo falso ha tenido en su andamiaje (subsección “Lo falso: una semántica negativa”). De los contrarrelatos que fueron surgiendo en la modernidad a fin de obtener potencialidades afirmativas, se ocupa la subsección “Cambio de dirección”, mientras que la subsección “Límites y conexiones entre el *fake* y la falsificación comercial” pretende iluminar el territorio distintivo entre las prácticas falsarias reflexivas y aquellas que se conducen en términos de fraude e intoxicación en pos de un beneficio material ulterior.

La sección “La institución de la subjetividad” investiga el papel del sujeto creador en la constitución del régimen de veracidad, originalidad, autenticidad, propiedad y autoridad de los productos culturales. Una parte importante del cuestionamiento de este régimen disciplinar en la cultura moderna pasa por la deconstrucción de la idea de autor, nacida en el caldo de cultivo romántico que instituyó las bases de la noción de creatividad. En la subsección “Entidades de des-individualización: ventriloquías”, se describe la figura del ventrílocuo como un modelo propio de la modernidad para dirimir el juego de la enunciación veraz en un marco de ficción o de suspensión, mientras que en “Instituciones de objetividad” se presenta la genealogía del lenguaje competencial administrado institucionalmente a fin de promover un control sobre la subjetividad moderna y fijar unos cánones de objetividad.

La última sección del primer capítulo, titulada “Genealogía de la impostura”, trata de la ubicación de los falsarios en la redacción de los mitos culturales, bien sea mediante prácticas de supervivencia y alteridad social, de criminalidad, de construcción histórica fomentada institucionalmente o como parte sustancial de la propia creación artística (subsecciones “Impostores” y “Historia, relato y objetividad”).

El **segundo capítulo** de la investigación lleva por título “**Regímenes de verdad**”. En él, nos ocupamos sobre la constitución de las diversas lecturas que la filosofía y la lingüística han impreso sobre el concepto de verdad, su ontología y procesos de inscripción (“El contrato de veridicción”); sobre la creación de nuevos dispositivos de enunciación en lo que ha venido en llamarse recientemente el “lenguaje de la posverdad” (“Términos para una hermenéutica de la posverdad”); y en relación a las técnicas de re-semantización adquiridas por el activismo artístico y político al enfrentarse a estos nuevos estadios del lenguaje (“Activismo, cortocircuito y posverdad”).

En la sección “El contrato de veridicción”, se analizan los mecanismos elaborados por la escuela post-estructuralista a fin de establecer los

procedimientos por los que se fijan los criterios de autenticación, competencia y veracidad, lo que Michel Foucault y Algirdas Greimas denominan “espacios de veridicción”, observando en paralelo su evolución, adaptaciones y efectos. La subsección “Una filosofía de la sospecha” recorre el pensamiento de la escuela de la difidencia, epitomizada en Friedrich Nietzsche, y su posterior evolución en una trama filosófica de larga duración que cuestiona el relato ortodoxo de la verdad. En la subsección “Una filosofía de la utilidad” se presenta el pensamiento de la escuela utilitarista y pragmatista procedente de la lingüística contemporánea que apuesta por un relativismo de la condición enunciativa del lenguaje en virtud de su éxito y productividad, y que es la base de la actual sistema operativo de la llamada posverdad.

La sección “Términos para una hermenéutica de la posverdad” intenta ofrecer los elementos que han hecho posible todo un cuerpo teórico y de referencias en relación a un lenguaje comunicacional ya no adscrito a fortalezas de sentido (verdad, veracidad, mentira o engaño) sino a nuevos modelos de apariencia como la sinceridad, la confianza o la autenticidad, y que son hoy motivo de amplio debate social. En la subsección “Herencias y actualizaciones de la tradición desinformativa”, se plantea la genealogía histórica de este tipo de modelos en manifestaciones de propaganda, guerra psicológica y control de la información.

Como última sección del segundo capítulo, encontramos “Activismo, cortocircuito y posverdad”, en donde se explora el papel del engaño en las tradiciones y actualizaciones instrumentales del activismo bajo las pautas marcadas por la sociología de los años 1970, proclives a la gestación de nuevas esferas de contrainformación.

El **capítulo 3, “Mecánica y estética de la veroficción”**, se constituye como un ejercicio de disección de los conceptos, prácticas y técnicas del *fake* en el ámbito artístico y literario, ya sean estas ejecutadas en la esfera cultural o sociopolítica. En “El *fake* como formato” se describen los elementos formales

centrales que constituyen la veroficción; en “Una estética de la desartistización”, se persigue alumbrar una atenta interpretación del proceso de “desmaterialización” de una parte importante del arte contemporáneo; y en “Políticas de la parodia” se da cuenta de la larga tradición artística y política que hace uso de la ironía y la burla a fin de subvertir los lenguajes imperantes e imperativos.

Así, la sección “El *fake* como formato” se reparte entre el estudio de ciertas definiciones formales iniciales que contribuyen a un mejor esclarecimiento del objeto de estudio, la veroficción (subsección “Definiciones formales”); el análisis del paratexto –el conjunto de subtextos que hacen del engaño un universo propio- como factor fundamental de toda práctica *fake*, haciendo especial hincapié en las prácticas desarrolladas bajo el formato expositivo (subsección “El paratexto y el formato expositivo”); la exploración de la heteronimia –el personaje literario o artístico inventado- como dispositivo habilitado en este tipo de prácticas a modo de figura disruptora (subsección “Heteronimias”); y, por último, se pone el foco sobre el falso documental (subsección “El falso documental”) en el que se define el papel y efectos de este tipo de formato o género audiovisual en el debate general sobre la verosimilitud de los medios de comunicación.

A su vez, la sección “Una estética de la desartistización” plantea la extensa pulsión presente en el arte contemporáneo (extensible a una parte de las vanguardias), pero también en el activismo sociopolítico, definida por su voluntad de des-apariencia estética, esto es, invisibilizarse de sus códigos artísticos para sumergirse en el régimen general de la vida social. Cabe apuntar aquí que la mayor parte de las prácticas de veroficción operan camufladamente en los contextos de su elección, revelándose su naturaleza “artificial” solamente en el momento de la exposición de su condición ficticia. Por ello, la subsección “Arte y invisibilidad estética” rastrea las tensiones presentes en la estética moderna entre un arte que desea pasar desapercibido y la necesidad de éste por mantener una autonomía disciplinar. En la

subsección “Des-apariencia e inserción social”, se describen los factores que hacen posible una redefinición de la práctica artística cuando esta se inserta en la vida social, resaltando la impronta de las técnicas para-teatrales y las definiciones más recientes del concepto de esfera comunicacional. Por su parte, la subsección “Camuflaje” introduce las tácticas de infiltración, disfraz y camuflaje como dispositivos propios de las prácticas veroficticias con voluntad de des-apariencia.

Finaliza el capítulo 3 con la sección “Políticas de la parodia”, en la que se contempla y analiza el cuerpo de mecanismos lingüísticos utilizado por artistas y activistas que a través de la parodia y la ironía intentan cuestionar, revelar, subvertir o alterar los lenguajes, sistemas y acciones de la autoridad. En la subsección “La risa”, se plantea la tradición filosófica de la risa como forma de subversión; en “El pastiche” se describe la técnica del pastiche estilístico como herramienta clásica en el arte y en la literatura para ridiculizar los lenguajes canónicos; en “Poética, parodia y acción” se bucea brevemente en los antecedentes de las relaciones entre parodia y activismo a la luz tanto de las prácticas de vanguardia como de la militancia política. En las seis subsecciones siguientes, se presenta una radiografía de un conjunto amplio de prácticas paródicas en diversos contextos culturales e históricos de la modernidad reciente, en Europa, Norteamérica, América Latina, con una especial atención al contexto español.

El **capítulo 4** presenta las conclusiones, y el **capítulo 5**, los recursos bibliográficos.

En un **cuerpo documental anexo**, se presentan los 45 casos de estudio principales.

## CAPÍTULO 1. CULTURA Y FALSEDAD

---



## 1.1- IMAGEN Y REALIDAD

### 1.1.1- EL NACIMIENTO DE UN FANTASMA

Para Platón, la verdad funciona como la luz del sol. Su iluminar hace que las cosas brillen, que sean verdaderas, y es por ello que podemos conocerlas. Todo, por tanto, está bañado por la luz de la verdad. Las imágenes serán más o menos verdaderas en relación a la distancia de las cosas con respecto a la fuente de luz. Las sombras, cuanto más definidas, más verdaderas, y cuanto más borrosas más falsas. Esa distancia respecto del foco es, por consiguiente, el problema de la verdad, basado en la existencia de un punto original de irradiación. Y es en la imagen en donde determinar el grado de veracidad.

Según Platón, las imágenes son solo una sombra de lo real. En uno de sus diálogos en *República* (380 aC) las llama despectivamente fantasmas (*phántasma*):

Bien lejos de lo verdadero está el arte imitativo; y según parece, la razón de que lo produzca todo está en que no alcanza sino muy poco de cada cosa y en que esto poco es un mero fantasma. Así decimos que el pintor nos pintará un zapatero, un carpintero y los demás artesanos sin entender nada de las artes de estos hombres; y no obstante, si es buen pintor podrá, pintando un carpintero y mostrándolo desde lejos, engañar a niños y hombres necios con la ilusión de que es un carpintero de verdad (Platón, 1998: 598b).

Sin embargo, en *El sofista* (360 aC), Platón intenta afinar más las cualidades del fantasma y diferenciarlo del resto de imitaciones. Percibe que, a diferencia de las demás imágenes, el fantasma tiene una densidad distinta y que dispone de una constitución peculiar que la hace diferente de la copia o de la réplica ilusoria. Dice en *El sofista*: “Llamo imágenes (*eidolon*) en primer lugar a las sombras”. Al referirse a sombras, adscribe a las imágenes una patología tanática, puesto que el *eidolon* griego tiene que ver con el doble astral de los

difuntos (Debray, 1994: 19-35). Seguidamente describe a los *phántasmata* como “los reflejos en el agua y todas las cosas que, por su constitución, son densas, lisas y brillantes, y todo lo de esa índole” (Platón, 1988: 509e-510a).

Platón plantaba así la idea de que existen imágenes aún más conflictivas, distorsionadas -como las cosas reflejadas en el agua- en el ámbito de la representación. Si la luz se refleja en un espejo, da la sensación de que es el espejo quien proyecta la luz. Para Platón, el sofista era sinónimo de mentira - como también los poetas, de quienes cree que “no son más que imitadores de fantasmas, sin llegar jamás a la realidad” (*República*)-. El sofista es “el que hace pasar las apariencias por realidad”, “el que es capaz de convencer a todos de algo, transformándose ese algo en real y verdadero”, aquel que es un “simulacro”, un *pseudo*, algo falso que indica una imitación, un engaño (Platón, 1960: 254). La génesis de esa condición inapropiada Platón la encuentra especialmente en el fenómeno (*phenomena*) del *phántasma* -dos términos que comparten la misma raíz del indoeuropeo “bha”, brillar, y de ahí “phos”, luz-, puesto que un fenómeno denota que hay una estructura detrás que no es perceptible directamente, pero, al mismo tiempo, también los fenómenos y los espectros comparten el hecho de que sólo son reconocibles en su aparecer. Para el filósofo griego, *phántasma* definía a una extraña copia que devora a su referente, o que, incluso, carece de él. A diferencia del *eikón* (icono), que es la imagen-copia o doble producido técnicamente según las “proporciones del modelo” y que es semejante a él, el *phántasma* es una imagen que pretende usurpar el lugar de aquello de lo que es aparente imagen. El *phántasma* no tiene ninguna intención de seguir las proporciones del modelo, como las sombras de su famosa caverna, sino que aparece como semejante sin serlo, falsea su apariencia de doble haciéndose pasar por quien no es, y al aparecer genera un “parecer” (*dokéo*), una sugestión subjetiva y engañosa de apariencia (*dóxa*) en el que lo contempla. Por consiguiente, el peligro del fantasma, que Platón asociaría a la idea de simulacro, de ficción, de *phantasia* o falsificación, radica en que no es una copia, sino otra cosa que quiere ocupar el lugar de lo original, que desea una autonomía que pervierte o corrompe el reflejo cierto de

lo verdaderamente real. ¿Qué imagen es esa –se pregunta Platón- que no necesita un objeto del que ser sombra? ¿Qué sombra es esa cuya luz no le viene irradiada, como en una fotografía, sino que procede de su interior?

Este es el principio del *mal* de la representación. Si las reproducciones ya son problemáticas por ser meras sombras de las formas reales (*eîdos*), el *phántasma* es especialmente dañino porque es un simulacro de la sombra misma, porque no se atiene a una vinculación necesaria con lo real que aparentemente dice representar. El fantasma, por tanto, no podría ser acusado nunca de falsedad. El propio Platón, en *El sofista*, indica que aquello que existe pero que no tiene que ver con la verdad, tampoco quiere decir que la niegue o se oponga a ella. El mal, lo falso, no se opondría al bien, sino que se pondría en su lugar. He aquí el temor último de Platón: la existencia de una imagen *monstruosa*, no forzosamente *mala*, cuya deuda con la realidad se habría esfumado, y que viviría ajeno a la hipoteca de fidelidad y veracidad, aún utilizándolas ambas en su beneficio como un parásito.

La alusión al parasitismo en la lectura de Platón sobre el fantasma no es un tema menor, porque espeja bien las futuras y atemorizadoras definiciones de contrapoder que despierta lo falso. Andrea Natella (CE 37), al definir sus prácticas activistas virales, establece que los virus están “obligados a ser parásitos, ya que, de otra manera, serían incapaces de reproducirse y se extinguirían inmediatamente” (Natella, 2012: s/p). Ana Carrasco se ha fijado en esta condición “ingobernable”, “carente de regla” del fantasma “que ocupa el lugar que debiera ocupar o bien la copia fiel o bien el original mismo”, subrayando de este modo la proyección rebelde del fenómeno y la “asimetría” o asincronía del fantasma en relación tanto a la copia como al original (Carrasco, 2017: 88 y 131). También Clément Rosset se referirá a esta disimilitud al ocuparse de las fantasmagorías: “Hay una diferencia entre los dobles de *duplicación* y los dobles de *sustitución*. Sólo son duplicantes los dobles que remedan los modelos pero sin atentar en absoluto contra la integridad de los originales de los que son copias. Los dobles de sustitución tienen como función

eliminar el original haciéndose pasar por él gracias a un efecto de alternativa que afirma su existencia por medio de la supresión de su modelo”. Este tipo de dobles, Rosset cree que pertenece a “la raza de los asesinos”, cuya función secundaria es la de reflejar una realidad artificial, pero cuya función principal es la de hacer desaparecer la realidad real (Rosset, 2008: 77).

Nace entonces en Grecia una interpretación que tendrá una fenomenal influencia en la historia de Occidente: más allá de la ilusión ya implícitamente presente en el *eikón* que pretende representar lo real, existe una imagen que, tomando la forma aparente de lo real, no desea representarlo. Más allá del potencial fracaso del *eikón* para describir la realidad o incluso de la falsificación potencial en la que puede incurrir, existe una imagen cuya falsedad es del todo relativa –cuando no imposible de establecer-, ya que no pretende representar la forma con la que se presenta. Occidente funda ahí su juicio negativo respecto a lo falso, al tiempo que abre su potencia: la falsedad es un lenguaje *ajeno*, tiene vida propia y puede ser república. Tiene aquí plena pertinencia señalar lo formulado por Joaquín Álvarez Barrientos al referirse a la heteronimia literaria: “La falsificación no surge de un original necesariamente, no necesita una fuente directa para existir como la *copia* (aunque tenga sus referentes históricos, artísticos y literarios): quiere ser fuente y ser reconocida como perteneciente a la serie literaria”. Lo falso no es una copia, un *eikon*, “una mera degradación de lo real, siendo el plagio su modo más extremo” (Álvarez Barrientos, 2014: 33); lo falso, por el contrario, vive como un signo fantasma, sin referente, autónomo, dinamo de grietas y *desapariencias* en el tejido cognitivo en el que labora. El *phántasma* que tenía Platón en la cabeza daba miedo porque se vestía de un modo para aparentar un personaje, pero era otro el personaje que “realmente” interpretaba: su reflejo no responde a mimesis alguna.

Lo falso, bajo esa óptica, no se define únicamente por la voluntad de engañar al representar lo real, sino que expone la herejía fundamental de la imagen: la constitución de una república propia, capaz de hacer saltar por los aires a la

*doxa*, el cuerpo de percepciones comúnmente establecido y aceptado, permitiendo una comunidad de *paradoxas* que, en última instancia, compromete la relación con la realidad al revelar como su apariencia se conduce mediante la contradicción y la ilusión de la fidelidad. No se trata de una alteridad que surge como oposición, esto es, contra algo, sino que vive para sí misma: de ahí el problema. Una herejía que, sin embargo, algunos griegos observaron con algo más de empatía. A pesar de no poder ensombrecer la poderosa visión teratológica de Platón, algunos poetas y filósofos entrevieron el posible potencial estético de lo falso. Aristóteles sostendrá en parte esta línea, al defender la poética frente a la historia por ser “más filosófica y esforzada” (Aristóteles, 2010: 1451b) y al reconocer la posibilidad de una mimesis ideal frente a la realista. Ese es el camino que parece plantearse también en *El aficionado a las mentiras* (168 dC), de Luciano de Samosata, en el que un personaje llamado Tiquiades –posiblemente representando al propio Luciano- mantiene una conversación con prestigiosos médicos y filósofos que van relatando cosas absurdas e historias fantasiosas, frente a las cuales la difidencia racional, rigurosa y realista de Tiquiades intenta revolverse. Sin embargo, Tiquiades abandona la reunión admitiendo que su firmeza a la hora de negar los hechos expuestos ya no es tan fuerte como al principio, no porque hayan dicho la verdad sino por la elocuencia que han utilizado sus contertulios (Luciano, 1988: 195-225). En el mismo sentido se manifestó el sofista Gorgias, para quien, en la ficción, es más honesto quien engaña que quien no engaña, del mismo modo que el engañado es más sabio que el que no se deja engañar (García Landa, 1994: 263). Gorgias será fundador de lo que Tatarkiewicz ha denominado la “teoría ilusionista” de la cultura, partiendo de que “la poesía es precisamente mentir, inducir al error, crear ilusiones, seducir a la imaginación –siendo precisamente ésa la razón de la poesía [...] se trataba de un tipo de encantamiento, de persuadir a la gente para que crea en lo que no es; y así es precisamente como agrada, consuela y beatifica a los mortales” (Tatarkiewicz, 1987: 336). Gorgias sustentaba su teoría en *Ápate*, la divinidad que, junto a su correspondiente masculino *Dolos* (que encarnaba los ardides y las malas artes) –ambos siempre rodeados por

los *pseudólogos*, las mentiras- personificaba el engaño y el fraude, y que, como ha recordado Marcel Ges, en el contexto de la oratoria, la tragedia y la comedia griegas, iluminaba un “estado alucinatorio de recepción benéfico producido por la seducción en el que el espectador de teatro público podía vivir emocionalmente lo representado” (Ges, 2001: 94).

Naturalmente, la idea de mimesis es central en estas cuitas. Para Platón, como para los neoplatónicos, la *mimesis* (imitación) es tanto un impulso (-*sis*) como una técnica (*mimos*) para llegar a una verdad aparente. Es impulso en la medida en que se trata de la voluntad moral de alcanzar la verdad, en el marco de las teorías griegas de lo estético, basadas en la íntima relación entre verdad, bondad y belleza. Y es técnica, en razón a la necesidad de ser fiel a la percepción sensible y compartida de los hombres, como vía de estabilidad y equilibrio social. Pero también es *artificium*, dado que los productos del arte deben reconocerse específicamente como tales para delimitar con propiedad los lindes de la realidad y la ficción. Durante el Cristianismo medieval, e incluso posteriormente en algunos ámbitos que no abandonaron del todo los presupuestos de la trascendencia divina de la forma, el concepto de mimesis quedó relativamente aparcado, y con ello la idea de fidelidad a la realidad. En la estética medieval -más bien una teología que bascula entre la mimesis ideal de Aristóteles y la condena platónica de la representación-, la belleza está al servicio de la revelación, de la Idea, sirviendo solo para expresar las verdades cristianas, exentas de la condición naturalista o realista de la mimesis. El artificio del arte se diluye en beneficio de una realidad *animada* permanentemente por la belleza divina. Para Plotino, por ejemplo, la belleza se encuentra en la expresión, no en la forma; para el Pseudo-Dionisio, ésta se encuentra en la metafísica de la trascendencia, o sea, fuera del objeto (Tatarkiewicz, 1989: 30-36; Eco, 1999: 144-149). La estética medieval no abandona del todo el interés por la forma, como se aprecia en los escritos de San Agustín, Alberto Magno o Santo Tomás de Aquino, que recogen los patrones aristotélicos de la belleza de las proporciones. Sin embargo, se trata

de posiciones que deben ser interpretadas en general bajo el peso de la *claritas*, la relación de la belleza con la luz de la verdad revelada.

En el universo visual de la teología cristiana, la asociación entre verdad e imagen es peliaguda precisamente porque el rol de la mimesis no es nuclear. En este contexto, lo falso de la imagen no se dirime tanto en función de su capacidad de fidelidad representacional como de su ajuste a los cánones de la revelación, especialmente manifiestos en los textos bíblicos. La falsedad se revela en la desviación de la exégesis. La *forma* original está ausente en el relato cristiano, siendo Jesús un avatar de Dios. El artista medieval queda exonerado de la imitación formal de lo real, aunque debe seguir vinculado a los preceptos fundacionales sobre la belleza creada por el Dios Artista. La traición a la exégesis cristiana, o al *decorum* (mimesis ideal) propuesto por las retóricas de Aristóteles y Horacio, se produce cuando la imagen no reproduce lo “apropiado” o “adecuado” del asunto tratado. El *decorum* es el factor que impide el *decalage* de la imagen en el sistema visual medieval: sincroniza la representación con los preceptos de la Iglesia. A partir del Renacimiento, el *decorum* servirá para que las iconografías adquieran cualidades de verosimilitud y consistencia, como en la moderna “dirección de arte”, regida por la condición de que la presentación de la historia o el argumento es un todo que hay que imaginar en relación, aún cuando se trate de fantasías. El “decoro” también formará parte de los dispositivos moralizantes aplicados tanto a los productos culturales como al conjunto de regulaciones autorizadas de la vida social.

En el Renacimiento, la atención puesta sobre la cultura clásica y el creciente interés por la representación verista desarrollada mediante la geometría espacial fomentarán la recuperación de cuestiones inherentes al fenómeno de la imagen en relación a la ilusión, la mimesis, el artificio y la verdad, en especial en los textos de Leon Battista Alberti, Nicolás de Cusa, Marsilio Ficino o Pico della Mirandola. No es la intención del autor proceder aquí a un exhaustivo despliegue de las tesis renacentistas de la imagen, en gran medida

gestionadas a través de fuentes neoplatónicas y, por tanto, moralizantes. La literatura es sobradamente abundante en este campo (Panofski, 2004; Derrida, 1987; Summers, 1993; Halliwell, 2009). Sí le interesa, en cambio, atender a la evolución iconográfica, a la plasmación visual de estas cuestiones, ya que constituirán un recurso esencial de la era moderna, precisamente, cuando, como señala Gombrich, las cosas ya no son representadas buscando su literalidad, sino bajo la creciente intimidad subjetiva del artista capaz de levantar la trampa de la ilusión –“el genio cuyos ojos pueden atravesar el velo de las meras apariencias y revelar la verdad” (Gombrich, 2007: 14), lo que conlleva que el decoro venga sujeto a fuertes tensiones. Interesa también, porque contribuyen a dibujar el relato que fijará las categorías adscritas a la falsedad, ya sea en su formato icónico como en su traslación a los discursos morales que las definen. Y lo más importante, interesa porque configuró una base reglada de la interpretación de lo falso en función de los artificios involucrados en el acto de falsear.

Si la condición necesaria de lo falso pasa en Platón por el artificio (*eikón*, *phántasma*), el barroco renovará el instrumental al fomentar nuevas técnicas ilusionistas de lo visible que llegarán directamente hasta nuestros días (Klein, 2004; Marzo, 1998a). El artificio barroco de la imagen –la *machina*–, que aleja la representación de la debida *fidelitas* clásica sin abandonar el *decorum*, o adaptación, se revelará una útil metáfora para definir tanto aquella cosa cuya apariencia es engañosa como aquella imagen cuya realidad representada es engañosa. En todo caso, la idea de artificio, de técnica propiamente artística que se ocupa de la apariencia de las cosas, será apropiada en el lenguaje y en los discursos sobre la falsedad mediante la idea de las “malas artes”, espejándose incluso en la literatura legal posterior.

### 1.1.2- IMAGEN Y ARTIFICIO

Mujer con dos caras, una de joven bella y la otra de vieja fea, que estará desnuda hasta los pechos, y vestida de amarillo brillante hasta la media pierna. Tendrá los pies parecidos a los de una águila y la cola de escorpión, viéndosele entre las piernas. En la mano derecha tendrá dos corazones, y en la izquierda una máscara. El fraude es un vicio, que quiere inferir falta del debido ejercicio del bien, y abundancia de invenciones en el mal, fingiendo siempre el bien, y que se ejecuta con el pensamiento, la palabra y las obras bajo diversos colores engañosos de bondad, lo que se demuestra con la doble cara. El amarillo brillante significa traición, engaño, mutación fraudulenta. Los dos corazones significan las dos apariencias del querer y el no querer ser una misma cosa. La máscara denota que el fraude hace aparecer las cosas de la forma que no son a fin de cumplir sus deseos. La cola de escorpión significa el veneno que fomenta continuamente, como una ave de presa que quiere capturar algo, o alguien o el honor (Ripa, 2016: 209-210).

Esta es la descripción que Cesare Ripa dejó escrita en 1593 para quienes quisieran representar el concepto de “fraude” mediante una alegoría. Cabe recordar que Cesare Ripa fue el autor de uno de los libros de emblemas más influyentes en la historia del arte. Elaboró de manera consistente y sintética los elementos visuales y las figuras que los portaban para definir conceptos abstractos (emblemas o alegorías) a través de un tejido de referencias de procedencia sobre todo clásica. De esta manera, se facilitaba a los artistas un diccionario, una guía, un catálogo semiológico al que recurrir para crear o interpretar tales conceptos. La *Iconographia* de Ripa convirtió el archivo de imágenes entonces existente en un sistema con patrones memorísticos, *mnemotécnicos*. Ripa lo planteó así: “Las imágenes hechas para significar una cosa diferente que la que se ve con el ojo no tienen una regla más cierta y universal que la imitación de la memoria que se encuentra en los libros, las medallas y los mármoles tallados por la industria de los latinos y los griegos y de aquellos más antiguos que fueron inventores de este artificio” (Ripa, 2016: b). Ripa fue, por consiguiente, responsable de reducir el pasado a un icono, a

un *chromo*, y de convertirlo en un fragmento listo para su inserción en un espacio visual barroco cada vez más productivo.

“Fraude” procede del latín *fraus*, *fraudis* (engaño, *deceptio*, pero con daño derivado en lengua jurídica), vocablo que en latín arcaico también presenta la forma *frus*, *frudis*. Los romanos relacionaban este vocablo antiguo con el adverbio latino *frustra* (en vano, inútilmente), que también generó en latín el verbo *frustrare* y el sustantivo *frustratio*. En todo caso, *fraus* tiene la raíz indoeuropea “dhwer”, vinculada, tanto en sus derivados sánscritos como latinos, a la idea de arruinar por *engaño* (de Vaan, 2016: 446-454; Tucker, 1976: 381).

Por su parte, *deceptio*, un afortunado término latino para engaño, deriva del verbo *decipere*, capturar una presa animal mediante trampa o artificio, habitualmente visual, alusión que recoge la mujer representada por Ripa. El término también se asociaba al extravío de la presa, y denotaba confusión ante los signos equívocos. *Capere*, la raíz del término, era de uso común en la sociedad romana. Significaba “asir, prender”, pero poseía el sentido de cazar algo intelectualmente, conocer su significado, incluso sensorialmente, a través de la vista, oído, olfato. Deriva de una antigua raíz, *cap-*, “contener, disponer”, de la cual procede también cabeza, donde las cosas se *captan*, se *capturan*. La evolución posterior de *deceptio* derivó hacia un sentido de frustración en castellano, sostenido por el sentido de autoengaño o desengaño – poniendo así el foco sobre la presa entrampada-, mientras que, por ejemplo, en inglés, adquirió un sentido de engaño perceptivo –*deception*-, que inclinaba su peso hacia la acción del cazador.

Mediante la bicéfala figura femenina, vestida de oro falso, el “fraude” es propuesto por Ripa como un vicio moral a la vez que un artificio que rebaja la *qualitas* de lo verdadero (*el oro*): es “engañoso”, “finge el bien”, y genera “invenciones en el mal”. Ripa proyecta una lectura en la que se percibe la tradición estético-moral griega que establece una asociación entre verdad,

apariencia y bondad, y que implica una noción de evidencia. La verdad es bella y justa –se revela por sí misma-, mientras que la falsedad necesita una *maquinación* (aquí, en el sentido platónico de *phántasma*) que produzca el simulacro. La verdad puede producir dolor pero nunca maldad en su aparición. La falsedad, por el contrario, nunca puede producir verdad dado que desde el principio ha faltado al principio de voluntad de evidencia: no ha sido justa: se ha conducido con artificio. Esta ecuación moral sobre la apariencia de la verdad fue entonces, y será más adelante, una constante en la interpretación clásica de la bondad y la maldad.

Podemos observar esta condición en otro de los emblemas de Ripa, “inganno” (engaño), cuya base latina *gannire* remite a los gruñidos y aullidos de los perros cuando son maltratados y que derivó en el sentido de charlar, parlotear con la intención de enredar, distraer, de desviar la atención. Ripa lo describe como sigue: “Hombre vestido de oro, con piernas de serpiente. Al lado tendrá una pantera con la cabeza entre las patas. Engañar es hacer una cosa desagradable a alguien bajo una apariencia contraria [...], mostrando en la cara bondad y cortesía para atraer a los simples. La pantera esconde su cabeza mostrando solo su bonita piel para poder atraer así a otros animales y después atacarlos súbitamente y devorarlos” [de ahí, que la figura masculina sostenga en las manos unos anzuelos y una cesta con peces] (Ripa, 2016: 257). De nuevo, aparecen las referencias al oro falso, al depredador y a la presa, a la idea de camuflaje (la apariencia) como técnica de atracción, bajo una consideración moralmente negativa de la falta de *decorum*, de una adecuación entre la intención y su exposición social en el accionar de los sujetos.

Efectivamente, como señalábamos, esta decantación negativa del concepto de fraude y engaño ha llegado relativamente incólume hasta nuestros días, no únicamente en el lenguaje legal, que contempla específicamente el *dolo* que produce y los medios que utiliza para ello, sino también –como ahora veremos– asociado a circunstancias de carácter cultural. En términos penales, el engaño está relacionado con la obtención de un rédito económico mediante una

*maquinación* (“valiéndose de ardidés”) que finalmente produce una estafa. El Código Penal español señala que “cometen estafa los que, con ánimo de lucro, utilizaren engaño bastante para producir error en otro, induciéndolo a realizar un acto de disposición en perjuicio propio o ajeno” (BOE, 1995: 83). También la mayoría de códigos penales internacionales define el engaño como el acto fraudulento en el que se induce a alguien, por medio del “despliegue de artificios”, a actuar para sacar un provecho patrimonial. No obstante, ya ha sido señalado que términos como “ardid” o “artificio” son fórmulas vacías, lo cual presenta un problema de “circularidad doctrinaria”, ya que ambos términos son “siempre medios de apariencia engañosa”. El Código Penal alemán, buscando solucionar el problema, introdujo a mediados de los años 1950 términos neoplatónicos como “simulación” (*Vorspiegelung*), “deformación” (*Entstellung*) y “ocultamiento” (*Unterdrückung*) (Dobles Ovares, 1994: 35).

El derecho penal distingue también dos formas de engaño: el *dolus bonus* y el *dolus malus*, un matiz ya presente en el Derecho Penal romano, al partir del principio de que el engaño era un modo de intelección, y por ende, un arma natural del hombre para defenderse. Por consiguiente, el mal que produce el engaño sólo es contemplado penalmente en la medida en que el camuflaje es utilizado por el depredador, no por la presa, quien dispondría del derecho de defenderse mediante la impostura. Esta apreciación es importante porque se conecta directamente con el derecho a engañar (*gennaion pseudos*) que Platón admite en nombre del bien común o de la defensa. Esta cuestión, el rol de la presa o de la víctima del engaño, también ha producido una notable literatura jurídica, espejando sorprendentemente el lenguaje metafórico explicitado por Ripa. La jurisprudencia anglosajona (Estados Unidos o Gran Bretaña), también recoge la figura del *fool* (idiota o tonto) en el caso de estafas menores; aquel que por su despreocupación o desentendimiento se deja engañar por otro, por lo que la culpa también es compartida por el ofendido (Klass, 2012); una tesis que refuerza la idea de que el artificio es parte sustancial de la vida social y que su desconocimiento no exime a la víctima de su propia responsabilidad. En los versos de Agustín Moreto, de *El desdén con el desdén* (1654), se ilustra esto

con habilidad: “¿Tan necio queréis que sea / que cuando a fingir me ponga / lo finja sin apariencia?” (Moreto, 2017: 74).

La asociación de lo falsario en la imagen (la discordancia visual, el engaño, la ilusión, el trampantojo), en relación tanto a la pura representación como al artificio en la vida social, adoptará nuevos matices ya en las primeras líneas de los románticos. Por un lado, dará pie a una comprensión plenamente fantasmal de la realidad y de la libertad; por otro, surgirá la potencia del sujeto creativo original que delimitará con jurídica precisión los límites de lo falso en la vida y la literatura, entre la vida y el arte.

### 1.1.3- FALSEDAD Y LIBERACIÓN

Spinoza, que tanta influencia tendrá entre los románticos, era del parecer que “no solo hay que reflexionar sobre lo que se tiene por verdadero, sino también sobre lo que se cree producto de la fantasía o de la necedad porque también esto puede útil para el pensamiento” (Carrasco, 2017: 36). Para Spinoza, la libertad –en la que tantas expectativas pone- está siempre sujeta por una determinación externa de valor, por un orden que viene de otro lugar; por consiguiente, todo es “recepción estética” en la medida en que todo es fantasmal (Negri, 2000: 107 y 149). En la bisagra entre determinismo y modernidad en la que se instala Spinoza, se percibe –no sin dificultad, como el propio Nietzsche observará- un nuevo universo en el que las apariencias acaso no haya ya que juzgarlas en términos de buenas o malas, sino en relación a su propia ontología, a los efectos reales que su mera existencia produce. Singularmente, la teoría de Kant sobre la razón radical del sujeto y la posibilidad de que se pueda juzgar a sí mismo abrirá este plano utilitario de la apariencia –aún a pesar de Kant- a nuevas dimensiones. No en vano, Kant llama *fenómeno* (“aquello que aparece”) al objeto sensible constituido por la sensación (Kant, 1990: 17). Así, la filosofía ya no juzgaría lo real de la imagen sino que es el fantasma romántico quien establece qué realidad es la que existe. Si, como opina Kant, los fenómenos no pueden existir por sí mismos

sino solo en la medida en que son intuitivos por el sujeto, entonces los sujetos (todos los sujetos) se deberían únicamente a sí mismos. El miedo de Platón se hace real. Si la veracidad del sujeto respecto a la impresión de la realidad en los sentidos (y viceversa) es asumida constantemente desde Kant como la energía que impulsa el pensamiento, también se abren las potencias para que el sujeto demiurgo asuma la ficción, la fantasía para establecer qué realidad es la que realmente existe. El fantasma, por decirlo llanamente, se presenta en sociedad pero también se desdobra: “Si el *phántasma* es producto de la *phantasia*, lo que se cuestiona es la percepción de realidad del sujeto. Si el fantasma es *phainómenon*, es la realidad misma la que queda puesta en tela de juicio” (Carrasco, 2017: 121). Al exponer Kant que la configuración de la realidad responde a categorías apriorísticas que determinan la manera en la que la entendemos, la realidad, por consiguiente, no es percibida como algo “dado”, sino que esta toma forma a través de los propios mecanismos con los que se dota el sujeto para conocerla. Instrumental y objetivo pasarán así a formar una especie de sistema de retroalimentación. Imagen y efecto, también.

El idealismo kantiano creó, inadvertidamente, ciertos monstruos. Ana Carrasco sugiere que Hegel, por ejemplo –como también Zizek hoy- llega a proponer que el sujeto cartesiano del que parte Kant muestra no ya un sujeto que sale de la duda, sino “que hace de la duda su principio constitutivo básico” (Carrasco, 2017: 19), plantando las bases del “desquiciamiento” del que habló Schelling y que será motivo tractor del pensamiento romántico: “Si ellos fueran capaces de taladrar el lado externo de las cosas, verían que la verdadera estofa, el fondo de toda la vida y toda existencia es en efecto lo pavoroso y terrible [...]” (Pardo, 1996: 63). Para Schelling, la naturaleza tiene una suerte de desdoblamiento: en cuanto superficie está bajo control de la razón humana y de su *doxa*, pero debajo, en forma “submarina” late un monstruo, “un resto ineliminable y no susceptible de configuración”. El arte debe ocuparse de ese “fondo abisal”. A juicio de Schelling, el rol del artista es formidable: primero, porque debe “profanar” la verosimilitud de la superficie, del esfuerzo inútil de la copia para así sumergirse en el oscuro océano de lo que no puede ser verificado; y

segundo, porque se debe conducir a través de la “autenticidad” para no caer en la trampa que le tienden los meros monstruos de la fantasía. El romanticismo establece pues el deber de un peso casi intolerable, y por lo tanto, “genial”, en los hombros del artista: acabar con la *doxa* y fundar un estado de la ficción que no sea falso, sino auténtico y sincero. Friedrich Schlegel lo definirá con propiedad: “El artista es un operador de la cultura que detona todos los lenguajes, conocimientos y ciencias, que acaban siendo caminos de libertad para él (respecto de la costumbre, la repetición o las maneras de pensar los géneros de la comunicación)” (Koldobsky, 2011: 139).

Este punto es de especial importancia en la evolución de la configuración e interpretación de lo falso en el arte. Con la mimesis evaporándose de la imagen, el sujeto romántico irrumpe en el discurso como el garante de la verdad representacional. Las implicaciones de esta circunstancia son bien conocidas: elevación del artista al papel de revelador de la alteridad, y exigencia de autenticidad en el labor creativo, tanto artístico como crítico, y que a su vez creará los criterios para establecer las distinciones legales, artísticas y literarias entre “original” y “fraude”, entre “autor” e “impostor” – aspecto que se trata seguidamente en una sección aparte-. Si el artista tradicional era juzgado en términos de *decorum* moral, ahora el creador pasa a concebirse bajo la condición de un *decorum* ético que solucione el conflicto inherente entre la ficción y el rol de la revelación. Un conflicto y una responsabilidad que, como veremos, condicionará profundamente a la vanguardia del siglo XX hasta el punto de crear una voluntad radical e iconoclasta hacia la destrucción del concepto de autor.

Ciertamente será Friedrich Nietzsche quien ponga las bases para una nueva formulación de la estética desasida de los valores morales clásicos, al plantear el uso de la *ilusión transfiguradora* en términos de “buena voluntad” en el camino hacia el conocimiento de lo que está debajo de la superficie. Para el filósofo alemán, el artista, a la estela de la búsqueda griega de la verdad (*alétheia*), lleva sobre sus hombros la titánica tarea de acabar con la fe y

alentar la verdad. Le escribe a su hermana en 1865: “¿Buscamos paz, tranquilidad y dicha? No; buscamos sólo la verdad, aunque ésta fuese repulsiva y horrible [...] Aquí se separan los caminos de los hombres: ¿quieres paz espiritual y felicidad?, cree; ¿quieres ser un apóstol de la verdad?, entonces busca” (García Ninet, 1997: 28). Para Nietzsche, el arte se conforma como una mentira que, a diferencia de la concepción amenazadora de Platón, revela una verdad que ya nada tiene que ver con metafísicas emplazadas en algún lugar sino en la metafísica de un hombre solo y plenamente facultado para ejercer de dios: “El arte es esencialmente afirmación, exaltación, divinización de la existencia” (Nietzsche, 2000: 544). Por consiguiente, la verdad no existe en ningún sitio, no hay teleología alguna, sino devenir humano en pos de la exposición de esa condición. Se trata del reconocimiento del arte como un universo autónomo y crítico frente a la realidad: “La voluntad de apariencia, de ilusión, de engaño, de devenir, de cambiar, cuenta como más profunda, más ‘metafísica’ que la voluntad de verdad, de realidad, de ser: esta última es ella misma tan sólo una forma de la voluntad de ilusión” (Nietzsche, 1962: 84).

“La verdad es fea”, dice Nietzsche en *La voluntad de poder*: no solo porque la (sin)verdad de la vida sea desagradable –que también-, sino porque la verdad establecida por la tradición cristiana está sustancialmente podrida, razón por la cual hay de desarrollar otro tipo de verdad. Luego añade: “Tenemos el arte para no perecer a causa de la verdad” (Nietzsche, 2000: 469). ¿Cómo comprender la distinción nietzscheana entre arte y verdad, cuando él mismo emplaza al arte a buscarla; cuando, a su juicio, es la veracidad la que conduce hacia una visión lúcida de la realidad en la que ningún aspecto ilusorio tiene cabida? La explicación se encuentra en que, para el filósofo alemán, el arte es el espacio alternativo que el hombre se da a sí mismo para deshipotecarse de la vida y poder caminarla con voluntad de poder sobre ella. En *La gaya ciencia*, manifiesta que “la sinceridad nos conduciría al tedio y al suicidio. Pero hay una potencia contraria que se opone a nuestra sinceridad y nos ayuda a liberarnos de consecuencias tales: es el arte como buena voluntad de la ilusión [...] La existencia nos parece soportable como fenómeno estético y el arte nos da ojos

y manos, y sobre todo tranquilidad de conciencia para poder engendrar nosotros mismos ese fenómeno. De vez en cuando necesitamos descansar de nosotros mismos, mirarnos desde lo alto, en la lejanía del arte, para reír y llorar por nosotros...” (Nietzsche, 1962: 56).

Nietzsche, en este asunto, reniega de Platón y se alinea con Gorgias y los sofistas. Harold Bloom, al tratar sobre las relaciones entre poesía y verdad, intentó resumir el pensamiento del alemán: “La poesía dice mentiras, pero la verdad, que es el principio de realidad, se reduce a la muerte, nuestra muerte. Amar la verdad sería amar la muerte. El mundo abunda en sentido porque abunda en errores y es pródigo en sufrimiento, cuando se ve desde una perspectiva estética. Santificar una mentira y engañar con buena conciencia es la labor necesaria del arte, porque una concepción errónea de la vida es necesaria para la vida, mientras que la idea acertada de la vida simplemente acelera la muerte” (Bloom, 2005: 188). De Nietzsche nace, por tanto, toda una línea de pensamiento que va desde la vanguardia artística del siglo XX (recordemos la máxima de Picasso: “El arte es una mentira que nos acerca a la verdad”) como en los discursos más radicales de la contracultura desde finales de los años 1950 hasta hoy, y que se conducen bajo la premisa de la creación permanente de cortocircuitos en las expectativas de la comunicación social. La llamada de Nietzsche a que el arte se “distancie” de la realidad y de sus sombras verosímiles tendrá enorme eco en la modernidad, dando pie a potentes figuras de discurso como el “efecto de extrañamiento” brechtiano (*Verfremdungseffekt*) y el “descentramiento” debordiano, de los que nos ocupamos en detalle en otra sección.

Cuando Pascal manifiesta “¡Qué vanidad la de la pintura, que atrae la admiración por el parecido de cosas cuyos originales no se admiran!” (Pascal, 2000: 96), acaso no haya que ver una crítica al artificio como fuente de hipocresía representacional, sino una celebración de la capacidad del arte por transfigurar lo real en revelación. Este parece ser el punto de vista que para Martin Heidegger, igual en este asunto que para Nietzsche, es el que debe

prevalecer en la interpretación de la función del arte: el arte como perturbación, como detención (*stásis*) del sentido. Recordemos que en *Arte y poesía*, el filósofo inicia su reflexión con la descripción de la obra *Par de botas* (1886) de Van Gogh, que representa un par de zapatos viejos y raídos, y sobre la que el filósofo ve el ejemplo de cómo el arte dignifica la vida. El uso de la poesía, del arte pictórico en este caso, es para Heidegger una muestra de la superación de la mimesis gracias a una mirada estética (a un testimonio) que nos cuenta cosas que están más allá de lo representado, deteniendo su sentido explícito pero abriendo otro implícito en la metáfora: “En la oscura boca del gastado interior bosteza la fatiga de los pasos laboriosos. En la ruda pesantez del zapato está representada la tenacidad de la lenta marcha a través de los largos y monótonos surcos de la tierra labrada, sobre la que sopla un ronco viento” (Heidegger, 1958: 96). El arte que promueve Heidegger se configuraría como un des-ocultamiento de los subtextos –en esto sigue a Wittgenstein- radicados (raíz) en la imagen de la cosa.

Hay que tener presente, no obstante, que la perspectiva que emplaza Heidegger sobre la obra de arte tiene un fuerte componente contramoderno. Peter Sloterdijk ya ha señalado la marcada tendencia en el pensamiento de Heidegger a atender cuestiones de flujo y dinamismo cultural, obsesionado como estaba por defender determinadas esencias humanistas frente a “los gigantes de la técnica” (Vásquez Rocca, 2009: 152). De hecho, Heidegger convida a los artistas a deshacerse de la desfiguración en la que, a su juicio, ha acabado el arte, que habría pasado de “hacedor de mundos” a “una mera tecnología que responde a la necesidad de programar y provocar todo lo ente a fin de asignarle con seguridad sitio y lugar, mediante la atribución de identidad, marco espacio-temporal, comunidad ideal, paradigmas... y toda la parafernalia metafísico-cibernética” (Duque *et al*, 2005: 27). Para Heidegger, la obra de arte se convierte en “objeto de vivencia” y, por ende, toda expresión de la vida puede ser considerada como arte. Aunque aparentemente, esta lectura parece invitar a la difuminación de las fronteras entre ficción y realidad, como apuntan algunos autores (ver Duque *et al*, 2005: 33), y a pesar de que Heidegger

anuncia la globalización de la estética y la “sociedad del espectáculo” en paralelo a Horkheimer y Adorno, es pertinente tener presente que su intención no es tanto celebrar una inserción del arte en la vida como vía de desocultamiento de la verdad (*alétheia*), sino advertir sobre los peligros de una pérdida de identidad de la poesía (y del poeta) como instrumento de desvelamiento. En todo caso, Heidegger concibe la poesía (la ilusión) como agente portador de aquello que no lo es permitida la existencia, de las verdades cuyos orígenes (causas) han sido velados. Si el artista es el testimonio de “aquello que falta”, es la *poiesis*, la realización del acto, la herramienta ilusionista que hace posible la visibilización de lo vaciado en la cosa representada. La poesía y la ficción son, en última instancia, potencias de verdad.

Así pues, la modernidad del siglo XX encarará la cuestión de la verdad en la imagen a través de apelaciones a la ficción, al descentramiento, a la paradoja, al distanciamiento y a la fantasmagoría como vías para subvertir la propia cuestión del “fraude” que amenaza la producción de cultura. Rosalind Krauss, en su análisis de la obra de Picasso bajo la luz del interés del artista malagueño por el trampantojo como arma de realidad, plantea el interés común de autores como André Gide, Theodor Adorno o el propio Heidegger frente al problema de la mentira en las prácticas de vanguardia (Krauss, 1999; ver también Lucero, 2010). Para la crítica estadounidense, el corte entre representación y referente (entre *eikón* y realidad) producido en y por la vanguardia conduce a que lo verdadero se convierta en signo mismo. Esa “desnudez simbólica” transparente (fantasmal) se habría convertido en fetiche de oro “vestido de nuevo para circular alegremente en el mundo de las mercancías” (Lucero, 2010: 265). La vanguardia, por consiguiente, sería un fraude, un mero simulacro, por lo que es necesario un nuevo corte de “parcialidad” que haga posible ver “la mentira del todo” planteada por Adorno en *Minima Moralia* en 1951 (Adorno, 2004). Esta es una cuita central tanto en el pensamiento de Heidegger como en el de la Escuela de Frankfurt. En la medida en que el proceso general de estetización social se debe a los desbordamientos vaciados de los signos autónomos y post-referenciales, pensadores como Walter Benjamin, Adorno o Emmanuel Levinas abogan por una

visión que escape a la parcialidad que instiga la “auténtica” mentira, que no es otra que la apariencia de totalidad: no vemos lo verdadero porque no vemos el todo (Adorno, 2004; Lévinas, 2010). Lo mismo que los signos, que viven explotados como meros signos sin referente, la sociedad vive sesgada en sus terruños parcelados “impuestos por las condiciones de explotación social y los límites de los intereses individuales y de clase” (Vattimo, 2010: 11-12). El arte, por tanto, debe operar para revelar la fantasmagoría total en que la producción industrial de signos sumerge al sistema comunicacional. Max Milner, al ocuparse de la fantasmagoría, ha indicado que ésta “no solo es el arte de hacer hablar al fantasma [...] sino que expresa su evanescencia y el descentramiento, frustrando la mirada en el momento mismo en que la fantasmagoría la llenaba, y constituye así el medio por excelencia de ese vaivén alrededor de los límites, de esa confusión de las pistas y los puntos de apoyo que lleva al lector a afrontar su propia verdad en forma de enigma que no debe tener respuesta” (Milner, 1990: 205-206).

Esta era una de las ideas centrales en la lógica de Walter Benjamin sobre los signos como entidad política, sobre la iconocracia. En su opinión -recogida especialmente en sus trabajos sobre Baudelaire y sobre la constitución del espacio comercial, que llama “camino de fantasmas” (Benjamin, 2005: 384) -, la fantasmagoría genera una desarticulación en las dicotomías propias del mundo ilustrado que han devenido pilares de la *doxa* (naturaleza/cultura, verdad/falsedad, materia/espíritu), dando pie a posibles praxis políticas y revolucionarias bajo la categoría de *abuso*, un concepto no demasiado alejado del de *exceso* propuesto en su día por Georges Bataille (Gasquet, 2014). Por *abuso*, Benjamin entiende extraer una cosa, una acción, una palabra, de la esfera que le es propia y emplazarla a otra esfera de sentido, dándole un nuevo uso. Germán Prósperi ha señalado que este nuevo uso, dada la trasposición efectuada, es por necesidad siempre “impropio” (Prósperi, 2015: 268). Este efecto de impropiedad, de dislocación, de falseamiento, no se vive falsamente - como ocurre en la fantasmagoría producida por el poder-, su realidad no se manifiesta como la mera sombra de las formas del poder, como ocurre por

ejemplo con la mercancía fetiche -“objetualidad fantasma” (Benjamin, 2005: 384-385)-, sino que dispone de un lenguaje propio. Al referirse al surrealismo, Benjamin escribe: “El lenguaje tiene preferencia [...] Quien ha comprendido que los textos adscritos a este círculo no son literatura, sino otras cosas (manifestación, consigna, documento, *bluff*, o, si se quiere, falsificación), también ha comprendido que aquí se habla literalmente de experiencias, y no de teorías o, aún mucho menos, de fantasmas” (Benjamin, 2007: 303). Se trata de un léxico que constituye su propia realidad y regulaciones, y que paradójicamente lo hace, dice Benjamin, gracias al uso y al abuso de las condiciones de apariencia del fantasma institucional. Las prácticas surrealistas de invisibilización, trampantojo y equivocidad eran, a ojos de Benjamin, fuentes de su propia realidad. En su delirio, forzado por una parte de las vanguardias, el sistema de signos acaba por implosionar.

Benjamin hablaba de “fantasmagoría” en términos arqueológicos. Mediante el gigantesco cuerpo de citas que conforma el proyecto de los *Pasajes*, el autor habla de “cadáveres devueltos por la vida” y con capacidad para “despertarnos” (Benjamin, 2008: 344), para referirse a aquellos fragmentos insepultos de una historia usurpada, vacía, que surgen tras la implosión de la *doxa*; a los trozos y fragmentos en suspensión que como archivos (puro signo de poder que fagocita su propio referente) se aparecen como restos, como brechas olvidadas. En este asunto, Benjamin parece pasar cuentas con Hegel y su certeza, expresada en *Fenomenología del espíritu*, de que no hay nada verdadero que pueda estar “suelto” de la totalidad, ya que la verdad es el espacio que se crea en la conciencia en el proceso de su construcción (Hegel, 1985: 306). No habría, pues, para Hegel, resto alguno disociado del todo; no habría materiales de obra olvidados. Para su análisis, Benjamin recupera estratégicamente la alegoría (*allegoría* en griego, “figuradamente”), como metodología de análisis para adaptarse mejor al sistema liberalizado de signos del capitalismo, a la vez que para iluminarlo con luz rasante. Benjamin distinguía dos tipos de alegorías: “La figura clave de la alegoría temprana es el cadáver. La figura clave de la alegoría tardía es en cambio la ‘rememoración’. La ‘rememoración’ es el esquema de la

transformación de la mercancía en objeto de coleccionista” (Benjamin, 2008: 300). El fragmento, al no estar ligado a una exterioridad ajena a él, al no tener que dar cuentas a nada, cobra una inmensa objetivación pero al precio de convertirse en ruina, en puro signo invertebrado, que se presenta libre de significación externa para poder ser apropiado (ver Marzo, 1991). Germán Prósperi, al estudiar las relaciones entre la ventriloquía y la subjetividad en el pensamiento moderno, también ha confirmado las conexiones que se producen entre el modelo fantasmagórico de Benjamin y el cambio drástico del sistema de veracidad de los signos:

El fantasma es póstumo en el siglo XX porque ha muerto el Origen, el Modelo o el Arquetipo que durante los siglos XVIII y XIX le habían dado existencia y sentido a la figura del doble. De ser una mera copia, y por lo tanto dependiente –como en el esquema platónico– de un modelo, el fantasma póstumo pasa más allá de la relación dicotómica de la metafísica. Como copias sin arquetipo, es decir, como no-copias pero también como no-modelos, los fantasmas póstumos son la figura paradigmática de la orfandad, del exilio y del desposeimiento [...] Más que personas, los fantasmas póstumos son personajes; sin embargo, a diferencia de los personajes de Pirandello que aún buscan a su Autor, la vida de estos personajes póstumos no se ve afectada por la nostalgia o la pérdida de trascendencia; vagan, más bien, como transeúntes sin identidad, eximidos de toda contradicción y de todo destino (Prósperi, 2015: 228).

Ana Carrasco, por su parte, ha precisado el carácter de esa lectura de la no-verdad en el ámbito de la psicología. Emplazando a Jacques Lacan en las líneas reflexivas propuestas en su día por Platón, cuando –como hemos visto– éste se refería a los fantasmas como “reflejos densos, lisos y brillantes”, surge el concepto de “espejo” como el lugar de manifestación del “otro”, y los efectos que tiene al exponer éste los “restos” que la constitución del sujeto ha dejado en la cuneta. La aparición del reflejo en el espejo de un sujeto distinto al que tiene delante es definido por el teórico psicoanalítico como un “brillo” que, al presentarse, “desencadena la angustia porque aparece en lo más propio, en lo familiar”, en la casa, en el hogar, en “la estructura de inmunidad”, en aquello que

consideramos seguro e imposible de copiar o falsificar (Carrasco, 2017: 95). Además, lo que aparece, añadirá Lacan, es lo que no engaña, por lo que la angustia surgida ante la aparición de lo falso se debe a su inaprensibilidad como verdad. De ahí, que Freud -y en su día Schelling- llame “siniestro” (*unheimlich*, lo extraño al hogar) a lo que debería estar oculto pero que por razones inasibles se ha manifestado. Carrasco, siguiendo a Zizek y Lacan, plantea que en la aparición del fantasma, “el trauma se produce a causa de la exposición a un exceso que no podemos integrar de ningún modo y que solo podemos soportar si lo convertimos en ficción (Carrasco, 2017: 111).

Con la predominancia del signo simulacro en las formas de producción y reproducción, la *querelle* platónica del fantasma aparece como una cuestión ontológica que se interroga por lo que conforma nuestra realidad, por lo realmente real, por la ficción y por la *doxa*, esto es, por los mecanismos de homogeneización y autorización. El mundo del simulacro en el que habita el fantasma no debe ser atendido bajo categorías simples de verdad o falsedad, sino que ha de observarse en la medida en que “tiene efectos en nosotros y es capaz, con toda su potencia, de hacer estallar la realidad [...] la falsedad de un hecho no resta eficacia a sus efectos ni realidad a sus afectos” (Carrasco, 2017: 13). La autora expone una prolongada línea de pensamiento que ve al fantasma como fuente de contrapoder: lo falso como potencia. Roland Barthes, Jacques Derrida, Michel Foucault, Gilles Deleuze, Slavoj Zizek... una línea conceptual que ha formulado la necesidad de observar lo falso como fuente política para deshacer los nudos de los discursos autorizadores.

En efecto, Gilles Deleuze, en *Diferencia y repetición* y en *Lógica del sentido*, manifiesta que el más hondo problema del platonismo es el laberinto de representaciones que se producen entre el *eikón* y el *phántasma*, ya que el segundo parece afirmar la autonomía de ciertas imágenes con respecto al mundo sensible en el que se combinan y entrelazan diferentes elementos: lo mismo y lo diferente, lo verdadero y lo falso. Para Deleuze, el platonismo se dedicó a reprimir los simulacros, en vez de pensarlos como un espacio de

alteridad creíble, como el espacio propio de la creatividad. Deleuze afirma que el *phántasma* “no es una copia degradada; oculta una potencia positiva que niega el original, la copia, el modelo y la reproducción” (Deleuze, 2005: 305). El fantasma pues, entendido éste no como agente de falsificación de lo real, sino como actor que produce la *desapariencia* de la imagen de lo real, ya sin vinculaciones con el referente original, sería potencial fuente de su propia vida y de una comunidad en ciernes. En este sentido, el caso de la obra *The Real SnowWhite*, de la artista Pilvi Takala (CE 42) es paradigmático: la artista se presenta en la entrada del recinto de Disneyland en París ataviada de Blancanieves 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 *eikón*, cuando establece una genealogía ficticia entre el referente y el control de sus copias entre una gran cantidad de *merchandising*.

La idea positiva que despliega Deleuze sobre el fantasma, sobre su condición *averdadera* (el simulacro), se basa en que éste no es una versión imperfecta de la idea; no se define por una negatividad, por una oposición. Por ello, se trata de una condición política de gran potencial. Este sentido benjaminiano de la idea de Deleuze lo comenta Prósperi de la siguiente forma: “Este movimiento organizador (y profundamente político) es también una forma de alucinación, una fantasía que se ha endurecido, y que en ese endurecimiento ha encontrado la fuerza de su legitimidad. En el fondo del túnel, en suma, no se encuentra la verdad eterna de la naturaleza humana, sino el espacio amorfo y lisérgico en el que se alucinan las diversas definiciones y redefiniciones históricas de lo humano” (Prósperi, 2015: 286)

Será Jacques Derrida quien configure de una forma casi disciplinar el emplazamiento y operatividad de lo falso en las apariencias nacidas en la sociedad de los medios de comunicación. Al llamar “hantología” a la “ciencia de

los espectros” (Derrida en Sprinker, 1999; ver también Luduena, 2016), ya que el espectro no puede ser descrito por ninguna ontología, establece una para-realidad que se constituye por reglas propias. Derrida cree que los medios de producción y reproducción de imágenes devuelven a los hombres como espectros, no como hombres; una lectura que compartirá con Michel de Certeau cuando éste se pregunta qué queda de la realidad en la imagen: nada, porque se exilia de la existencia el acto que le da fundamento (de Certeau, 1999). Derrida recupera la noción nietzscheana de que no hace falta preguntarse de dónde viene el simulacro (dado que no hay una forma original de la que parta) sino reconocerlo en su existencia y prepararnos para encarar los efectos que tiene en nosotros. Boris Groys ha interpretado esta concepción hantológica de Derrida subrayando que, frente al fantasma, “no hay qué preguntarse por su esencia, sino por cuál es la mejor protección contra ellos” (Groys, 2008: 112).

#### 1.1.4- EL SIMULACRO

La cuestión del simulacro invadirá densamente el espacio de reflexión política de la imagen con la llegada de la posmodernidad. En 1975, Umberto Eco, en su *Tratado de Semiótica general* argumentó que los signos están hechos para mentir, proponiendo la sustitución del estudio de la tipología de los signos por un análisis de los modos de producción de los mismos que sea más efectivo:

La semiótica se ocupa de cualquier cosa que pueda considerarse como signo. Signo es cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa. Esa cualquier otra cosa no debe necesariamente existir ni debe subsistir de hecho en el momento en que el signo la represente. En ese sentido, la semiótica es, en principio, la disciplina que estudia todo lo que puede usarse para mentir. Si una cosa no puede usarse para mentir, en ese caso tampoco puede usarse para decir la verdad: en realidad, no puede usarse para decir nada (Eco, 2000: 22).

Así, la semiótica se encarga del trabajo de apreciar la eficacia de los signos, no su simple constitución. Paolo Fabbri ha señalado que “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” (Migliore, 2008: 92 y 100).

Ya en 1961, Daniel Boorstin, al ocuparse de la función de la imagen en la cultura estadounidense, se refirió a los “pseudo-eventos” para definir el tipo de imágenes que se constituían como propias pero dissociadas de la producción de vida real (Boorstin, 1961). También como “pseudo-eventos” o como “no-acontecimientos” han sido categorizados “los acontecimientos provocados intencionalmente para llegar a los medios. La génesis de los mismos se encuentra en la necesidad que tienen los actores sociales de esgrimir hechos que les resulten favorables” (Gomis, 1991: 66-67; Fontcuberta, 1995). Gillo Dorfles, por su parte, se ocupó de este tipo de manifestaciones en un texto sobre falsificaciones y fetiches de 1997, en el que, al contrario de las tesis positivas sobre lo falso que estamos rastreando, condenaba el simulacro por tergiversar la realidad. Llama *factoids* a “los hechos que no son lo que deberían de ser: hechos tergiversados o simulados, banalizados o artificialmente agrandados, ‘hinchados’; hechos, por así decir, incompletos o desviados”. Los creadores de esos *factoids* los denomina “artistoides”, por la estratificación del gusto que proponen, y propone buscar la “verdad desaparecida” (Dorfles, 2010: 11-13 y 23).

Será, sin embargo, Jean Baudrillard quien con más ahínco se dedique a analizar el fenómeno del signo-simulacro, moviéndose entre la inicial condena de su función y la posterior asunción de su potencial. Para Baudrillard –ha indicado Fernando de Felipe al estudiar los falsos documentales- existen tres órdenes de simulacros: la *falsificación*, esquema dominante clásico; la *producción*, esquema propio de la era industrial; y la *simulación*, paradigma de la fase actual (de Felipe, 2001: 34-35). Se trataría de un proceso de

sacralización de la *ilusión*, que produce a su vez una deriva de la *verdad* hacia el territorio de lo profano (de su profanación definitiva, irreversible). Partiendo del cuento breve de Jorge Luis Borges *Del rigor en la ciencia*, publicado en 1935 (Borges, 2011), en el que se presenta la idea de que el mapa sustituye al territorio que representa -y que tanto inspirará al pensamiento post-estructuralista francés en relación a la idea de *signo en tránsito* (Serres, 1995)-, Baudrillard, en *La precesión de los simulacros*, plantea el simulacro (el fantasma) en términos de hiperrealidad y de desierto:

Hoy en día, la abstracción ya no es la del mapa, la del doble, la del espejo o la del concepto. La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal. El territorio ya no precede al mapa ni le sobrevive. En adelante será el mapa el que preceda al territorio –precesión de los simulacros- y el que lo engendre, y si fuera preciso retomar la fábula, hoy serían los jirones del territorio los que se pudrirían lentamente sobre la superficie del mapa. Son los vestigios de lo real, no los del mapa, los que todavía subsisten esparcidos por unos desiertos que ya no son los del Imperio, sino nuestro desierto. El propio desierto de lo real (Baudrillard, 1978: 5-6).

Baudrillard distingue claramente los efectos del *eikós* y los del *phántasma*: el *eikós* (la imagen, la copia, el doble) “disimula” porque “finge no tener lo que tiene”. Por el contrario, el fantasma “simula” ya que “finge tener lo que no se tiene” (Baudrillard, 1978: 8). Así, pues, el fingir, o disimular, dejan intacto el principio de realidad, pero la simulación cuestiona lo verdadero y lo falso, lo real y lo imaginario. Es ahí, donde Baudrillard vislumbra el aspecto indomable, ingobernable –y por tanto, potencialmente revolucionario- del simulacro:

Un delito simulado, si ello puede probarse, será o castigado ligeramente (puesto que no ha tenido consecuencias), o castigado como ofensa al ministerio público (por ejemplo, si se ha hecho actuar a la policía «para nada»), pero nunca será castigado como simulación pues, en tanto que tal, no es posible equivalencia alguna con lo real y, por tanto, tampoco es posible ninguna represión. 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. 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 (Baudrillard, 1978: 45).

Baudrillard no duda en reclamar esta condición como arma política. Y lo hace apelando a la “rehabilitación espectral, paródica, de todos los referentes perdidos” (Baudrillard, 1978: 73), en la línea de activación de nuevos sentidos que Benjamin proponía aplicar sobre los vestigios y restos de la memoria. Baudrillard, ya en su época más madura, apostó por un reencantamiento de la ausencia que hiciera posible sustraernos a la hiperrealidad, entendida ésta como la combinación de las cualidades “excesivas” y “sucedáneas” (pseudo) que “al traspasar un cierto límite se convierten en su propia antítesis, revelando su naturaleza ilusoria” (Mikhail Epstein, citado en Francis, 2010: 33). Al tratar sobre las ilusiones estéticas, celebraba el “desaprendizaje” de ciertos aspectos de la modernidad a fin de ser “capaces de afrontar el dominio simbólico de la ausencia”, frente a la inmersión en la ilusión contraria, “ilusión desencantada de la profusión” (Baudrillard, 2006: 13). Para ello, defiende la técnica del trampantojo, a través de la cual “erigir señuelos en los que la realidad supuesta del mundo sea lo bastante ingenua como para dejarse atrapar” (Baudrillard, 2006: 45).

En este estela de *para-sentido*, se situará también la obra de Jacques Rancière, para quien la ficción no es la creación de un mundo imaginario opuesto al mundo real, sino un “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” (Rancière: 2010: 68). Rancière presenta las prácticas infiltratorias de grupos como The Yes Men (CE 21) como ejemplo de esas nuevas relaciones de dislocación del lenguaje dominante. Sin embargo, advierte del hecho de que corren el peligro de “borrar la singularidad de las operaciones por las cuales la política crea un escenario de subjetivación propia”, al borrar precisamente “la divergencia entre política de la estética y estética de la política”: no hay una cosa como un mundo real que vendría a ser el afuera del arte. Espejando un pensamiento de corte kantiano al tiempo que post-estructuralista, con la intención de avisar sobre los peligros de que la política dominante y el activismo se representen ambos en términos de similar ficción, Rancière distingue –como Guy Debord hizo en su día al afirmar que “en el mundo realmente invertido, lo verdadero es un momento de lo falso” (Debord, 2002: 48) - la ficción homogeneizadora y la que produce *des-apariencia*:

No existe lo real en sí, sino configuraciones de aquello que es dado como nuestro real, como el objeto de nuestras percepciones, de nuestros pensamientos y de nuestras intervenciones. Lo real es siempre el objeto de una ficción, es decir, de una construcción del espacio en el que se anudan lo visible, lo decible y lo factible. Es la ficción dominante, la ficción consensual la que niega su carácter de ficción haciéndose pasar por lo real en sí, trazando una línea divisoria simple entre el dominio de ese real y el de las representaciones y las apariencias, de las opiniones y las utopías. Tanto la ficción artística como la acción política socavan ese real, lo fracturan y lo multiplican de un modo polémico. El trabajo de la política que inventa sujetos nuevos e introduce objetos nuevos y otra percepción de los datos comunes es también un trabajo ficcional. Tampoco la relación del arte con la política es un pasaje de la ficción a lo real sino una relación entre dos maneras de producir ficciones (Rancière, 2010: 76-78).

Con esta distinción, Rancière parece presentar la función del fantasma como aquel agente que devuelve el espectáculo a lo real, aún a pesar de que el simulacro no se deba a nada. Esa ficcionalización de su referente, hace que la

ausencia de realidad se manche de la misma. Stephen Duncombe, al explorar la política activista en la “era de la fantasía”, ha subrayado esa condición perturbadora de la ficción frente a la falsedad de la “fantasmagoría”, indicando que gracias a la ficción, “el espectáculo se hace real”: “Tanto si se trata de algo material como inmaterial, la realidad es algo que puede ser verificado, comprobado, y empíricamente argumentado en su existir” (Duncombe, 2007: 153). Así pues, el fantasma existe como realidad porque opera plenamente en su esfera. Su estudio, su examen es, como indica Zizek, “la mejor manera de captar la esencia de una época” más allá de definir las “construcciones sociales o ideológicas”. Solo “los fantasmas no reconocidos que la pueblan [la realidad]” son fuente última de veracidad (Zizek, 2009: 11).

Cuando Hillel Schwartz destaca que “la falsificación no es más que la copia llevada a su extremo. El extremo de la copia verdadera es cuando la falsificación es indistinguible del original; el extremo de la falsificación es cuando ésta se hace pasar por un producto con el estilo y el nombre de otra persona o tiempo”, no viene más que a confirmar que el fantasma de Platón es exactamente eso: la presencia de un *eikón*, que alejado ya infinitamente de su referente, se hace indistinguible de las cosas reales (Schwartz, 1996: 220).

## 1.2- EL FACTOR DE LO FALSO EN LA PRODUCCIÓN CULTURAL

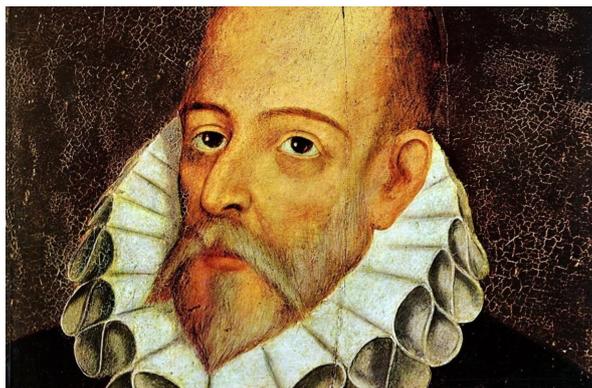


Fig. 1: Anónimo: *Miguel de Cervantes*, 1910.

Cualquier persona a la que se pregunte acerca de las características del rostro de Miguel de Cervantes dirá sin lugar a dudas que se trata de una faz enjuta, de frente amplia, de nariz aguileña, con bigote largo y caído hacia los extremos, y con perilla. Otro rasgo distintivo de la cara es que va enmarcada en una golilla, siendo el resto del atuendo de color oscuro. ¿Cómo es esto posible si no nos ha llegado un solo retrato del escritor realizado en vida de éste?

Ciertamente, en el prólogo a sus *Novelas ejemplares* (1613), Cervantes indica que el artista Juan de Jáuregui le pintó:

[...] pues le diera mi retrato el famoso don Juan de Jáuriguí [sic] [...] Este que veis aquí, de rostro aguileño, de cabello castaño, frente lisa y desembarazada, de alegres ojos y de nariz corva, aunque bien proporcionada; las barbas de plata, que no ha veinte años que fueron de oro, los bigotes grandes, la boca pequeña, los dientes ni menudos ni crecidos, porque no tiene sino seis, y éstos mal acondicionados y peor puestos, porque no tienen correspondencia los unos con los otros; el cuerpo entre dos extremos, ni grande, ni pequeño, la color viva, antes blanca que morena, algo cargado de espaldas, y no muy ligero de pies. Este digo, que es el rostro del autor de *La Galatea* y de *Don Quijote de la Mancha*, y del que hizo el *Viaje del Parnaso*,... Llámase comúnmente Miguel de Cervantes Saavedra (Cervantes, 1986: 43).

Sin embargo, esta pintura se perdió, probablemente en el siglo XVIII. ¿Es posible que el conocimiento popular de las facciones de Cervantes provenga de este fragmento de las *Novelas ejemplares* cuando el 40,9% de los españoles no ha leído ni siquiera el Quijote? (Manzano, 2015). ¿A qué se debe entonces tal certeza generalizada en el reconocimiento de la cara del insigne escritor?

En la primavera de 1910, el artista valenciano y restaurador de cuadros, José Albiol, dio noticia de la existencia de un cuadro que había comprado y restaurado y en el que aparecían las inscripciones “Miguel de Cervantes” y “Juan de Jauregui pinxit anno 1600” (fig. 1). Tanto el entonces director de la Biblioteca Nacional, Francisco Rodríguez Marín, como el director de la Real Academia de la Lengua, Alejandro Pidal, quedaron entusiasmados con el súbito hallazgo de Albiol. El 5 de enero de 1912, Alejandro Pidal convocó a la prensa para anunciar que el retrato de Cervantes ocuparía, a partir de aquel momento, el lugar de mayor prestigio en el Salón de Actos de la Academia.

Desde el primer instante surgieron voces que sospechaban sobre la inautenticidad del lienzo, tanto en España como en el extranjero. La prensa española se hizo sobrado eco del asunto, y corrieron ríos de tinta a favor y en contra (Santa, 2005; García Bardón, 2016). Finalmente, quedó demostrada la contrahechura de la obra, en especial a partir del estudio realizado por Enrique Lafuente Ferrari (Lafuente Ferrari, 1948). No obstante, el retrato de Cervantes “recuperado” por Albiol en 1910 sigue presidiendo la Sala de Actos de la RAE, y desde la aparición del cuadro no hay edición de la obra de Cervantes - escolar, universitaria o generalista- que no vaya acompañada de su falso retrato, quedando fijada, así, *sine die*, la apariencia de Cervantes para la posteridad. El imaginario visual de la fisonomía del más famoso escritor español pivota, por tanto, en una falsificación.

Poco antes, en 1889, Oscar Wilde escribe *El retrato de Mr. W. H.*. En la breve obra, trata de los acontecimientos que ocurren a unos personajes mientras creen haber descifrado la identidad de W. H., el enigmático destinatario de los

*Sonetos* (1609) de Shakespeare. Tras estudios filológicos y literarios de la obra, establecen que se trata de Willie Hughes, un joven actor de gran belleza y sensibilidad por el que el dramaturgo inglés sentía devoción. A fin de que su tesis fuera irrefutable, uno de los personajes falsificó un retrato de Hughes en el que éste es representado con su mano en un ejemplar de los *Sonetos* en el que se observa la dedicatoria. Toda la trama se fundamenta en la fuerza vital que la ficción genera pero también en las tensiones vitales (suicidios incluidos) que produce el sostén de la teoría al fundamentarse en un documento impostor (Wilde, 2016). Wilde se enmarca en una corriente literaria que se pregunta por el poder de la ficción, no sólo para explorar los universos a los que da pie el sujeto creador, sino también para interpretar desde nuevos ángulos la historia de la cultura.

La condición espuria de estos retratos no parece haber condicionado su influencia a lo largo de los años. ¿Bajo qué circunstancias, pues, lo falso adquiere legitimidad cultural? ¿Es merecida la mala fama de lo falso cuando éste opera engarzado plenamente en la realidad social y produciendo vida a su alrededor?

### 1.2.1- LO FALSO: UNA SEMÁNTICA NEGATIVA

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?” (Williams, 2006: 24). ¿Qué pretensiones ampulosas tiene lo verdadero para haber condicionado de forma tan brutal lo que no lo es? Todo parte, en realidad, 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 que 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.

La categoría de falsedad, por tanto, a diferencia de la mentira, vive condicionada por un cierto anonimato, ya que no deriva estrictamente de un mentiroso, de un autor a quien pedir explicaciones. Por otro lado, la falsedad exige de un *artificio* –como ya hemos visto-, de una maquinación o manipulación de evidencias que la legitime como apariencia de un original (discurso o cosa) al que simula, mientras la mentira es habitualmente una mera declaración no sujeta a la creación de paratexto. La falsedad –como hemos observado al tratar el fantasma- crea un lenguaje propio; la mentira no se preocupa por escapar del orden habitual del lenguaje. El dramaturgo Fernando Arrabal se preguntó una vez cómo se podría escribir una historia de la mentira sin mentir, cuando “el mentiroso no tiene historia” (Cercas, 2014: 27). Por el contrario, una historia de la falsedad es factible porque ha sido capaz de crear un mundo a su alrededor. Esta distinción es del todo central para comprender el instrumental que los espacios de veridicción despliegan para detectar y sancionar lo no verdadero, los dispositivos creados por la estética y la legislación jurídica entorno al concepto de artificio. De la mentira- recordó Derrida-, se sanciona su intencionalidad; de la falsedad, su (mala) voluntad de apariencia (Derrida, 1997, citado en Marzo, 1998b: 199)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> DERRIDA, Jacques (1997). “Estados de la mentira, mentira de Estado. Prolegómenos para una historia de la mentira”. Conferencia en la Residencia de Estudiantes, Madrid, 22 abril de 1997.

Ese despliegue instrumental adverso de las instituciones autenticadoras para acotar con propiedad lo inauténtico en la cultura, es fácilmente rastreable en los diccionarios y enciclopedias cuando se ocupan de lo apócrifo o de la heteronimia artística, como bien han analizado autores –en el ámbito de la lengua castellana- como Joaquín Álvarez Barrientos, Maria Rosell o Juan Oleza. Álvarez Barrientos habla irónicamente de la impostura literaria en términos de “crimen”, tomando prestado el sentido de la obra seminal de Susan Stewart *Crimes of Writing* (Stewart, 1991; Álvarez Barrientos, 2014). Para el autor, la mala fama de lo falso se aprecia en el léxico que trata el concepto, que bebe directamente del campo semántico de la ley y de sus criterios punitivos y legales en relación a una actividad que defrauda y engaña al receptor. Álvarez sostiene con firmeza que “las consideraciones morales acerca de la obra de arte y de su autoría que se encuentran en los diccionarios y fuera de ellos desaparecerían de forma radical si la historia de la cultura no estuviera montada sobre el valor fundamental de la firma y de la idea de la unicidad de la obra y del autor”, subrayando el fondo siempre legalista de la interpretación de lo falso (Álvarez Barrientos, 2014: 32). Maria Rosell insiste también en que, en las definiciones académicas sobre el autor “ausente”, imposible de identificar, los diccionarios siempre se refieren a una “dudosa autenticidad”, “fingimiento” o “falsedad”. 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” (Rosell, 2012: 52-53).

Efectivamente, la terminología castellana para lo falso en referencia a la producción cultural está impregnada de un sentido negativo, específicamente a partir del siglo XIX. Hasta entonces, el léxico utilizado estaba vinculado a comportamientos personales disolventes –personajes que disuelven su identidad en el marco de la sociedad de control del Antiguo Régimen-. Así, los términos habituales eran fingimiento (hacerse pasar por otro), contrahechura

(vinculada a hacer dinero falso), *superchería* (engaño) o *pastiche* (“a la manera de”), mientras que la falsificación quedaba reducida a los textos históricos y legales. El término *impostura* entra en el diccionario de la Academia en 1734, significando “fingimiento o engaño, falacia, calumnia”, y también “falsa atribución que se le hace a alguno de lo que no ha hecho, de que se le sigue perjuicio”. El término *mistificar* (de origen francés) entra en el diccionario de la Academia en una fecha tan tardía como 1927, haciendo referencia a embaucar o a mofa, y solo más tarde adquiere el sentido de falsear o falsificar. El desinterés académico por los formatos de veroficción cultural, adscribiéndolos sin más al ámbito de la impostura, se observa en el hecho de que hasta 1984 esperará la Academia a incluir el término *heteronimia*, con la acepción de “fenómeno por el cual dos palabras que corresponden a dos términos gramaticales en oposición proceden de raíces distintas”. No será hasta 1989, cuando se añada: “nombre distinto del suyo verdadero, con que un autor firma alguna parte de su obra”, sin advertir que lo compara al seudónimo, sin ser lo mismo. (Álvarez Barrientos, 2014: 30-37).

En lengua inglesa, encontramos que el término *fake*, posiblemente derivado del italiano *facciare* (hacer) -lo que implicaría un sentido de “artificio”-, surge como expresión en el submundo criminal en el siglo XVI o XVII para referir a “hacer”, y sólo a finales del siglo XVIII adquiere un sentido de “hacer algo mal o deshonestamente”, siendo *faker* un término común para denominar a un ladrón, un impostor, un tramposo o algo barato y sin valor. Fue en el siglo XX cuando el término adquirió el significado de falso, fraudulento o falsificación. También los vocablos ingleses *counterfeit*, *forgery*, *hoax* o *prank* han corrido similar suerte. Mientras *counterfeit* está relacionado a la “contrahechura” castellana, en el sentido de falsificación de moneda, *forgery* vuelve a recoger la eterna cuestión del “artificio” en asuntos de falsedad, al proceder el término de la misma raíz latina que “forja”, o producción habilidosa, aunque pronto será sinónimo de *allonymity*, o acción de un autor de atribuir una obra original suya a otro autor. *Hoax* indica contrahechura o falsificación, pero es menos doloso ya que contiene ciertos defectos inherentes, ligeras contradicciones que permiten

vislumbrar que se trata de un juego (Groom, 2003 y 2004: vii-viii). Por su parte, *prank* (usado en el siglo XVI para referirse a “decorar”) es definido por la antropología como la teatralización de un engaño guasón o mofa, en el que una parte (*trickster*, embaucador, timador) manipula intencionadamente las características de una situación de modo que induce a otras personas a tener un sentido engañoso de lo que ocurre y a comportarse, por consiguiente, de forma ridícula y desconcertada (Bauman, 1986: 36).

### 1.2.2- CAMBIO DE DIRECCIÓN

Como señalábamos al principio, con la llegada de la sensibilidad citacionista de los años 1960 y en especial con el surgimiento de la posmodernidad a principios de los años 1980 surgirá un marcado cambio de tendencia en la interpretación de lo falso en la producción cultural, bien en el sentido de instrumento creativo como de argumentación crítica. La influencia de Duchamp no será ajena a este proceso en un periodo que, tanto en arte como en la literatura, se redefinieron las nociones de autoría, código, original, género, disciplina o contexto. El creciente uso de la alegoría, descrito en su día por diversos autores vinculados a la revista izquierdista de crítica cultural estadounidense *October* (Crimp, 1979; Owens, 1979; Krauss, 1979; Fried, 1980; Foster, 2001a), primará reflexiones sobre el fin de la pureza y la potencia del pastiche; la conversión del espacio artístico en un lugar expandido más allá de los confines tradicionales del arte; la teatralización de los lenguajes (“lo que se encuentra *entre* las artes”, Michael Fried); la deconstrucción y/o mestizaje de códigos estéticos y no estéticos; la “reconstrucción” de los objetos de manera que “manifiesten sus reglas de funcionamiento” (Krauss); y el uso anacronista de la historia del arte y de la historia de las imágenes como elementos constructivos y narrativos. Esta nueva hermenéutica, cuyos objetivos se desarrollan en paralelo a la atención sobre la propia mutación y desplazamiento de los medios de los que se sirve, produce respuestas que requieren de un conocimiento exhaustivo de los matices que conforma, lo que

permitirá, precisamente, ser objeto de notorios *fakes*. Acaso el más sonado es el desarrollado por Alan 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, tras pasar todo el protocolo de revisión académica, fue publicado en la primavera de 1996 (Sokal, 1996 y 2008; Francis, 2010). 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. El mismo día de la publicación, Sokal publicó en otra revista que el artículo era un *contrahechura*. Con este “pastiche”, 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. Cabe aquí también recordar otras obras que han intentado cuestionar cómo el discurso posmoderno, al romper los lindes entre disciplinas y abastecerse de abrevaderos antes desautorizados, desdibujan su propio conocimiento sobre la eficiencia del lenguaje académico. El artista Eric Maillet 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 reunidos y mezclados por el software para producir un texto que se sitúa entre lo verosímil y lo paródico (Maillet, 2006). 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.

De cualquier forma, esta nueva sensibilidad posmoderna no estará únicamente presente en Estados Unidos –aunque allí se manifieste con mayor visibilidad en razón a la impronta del Pop Art-, sino que surgirá igualmente en numerosas prácticas creativas del resto del continente americano y en Europa, encontrando en esta última un caldo de cultivo aliado gracias al poso dejado por la deconstrucción post-estructuralista francesa de los años 1970, que dejó puestas las bases para un debate profundo en el cuestionamiento del autor, de la producción cultural, de las tecnologías estéticas y de las condiciones de percepción y recepción lingüística.

Es en aquellos lodos conceptuales donde lo falso comienza a dirimirse en los estudios mismos del lenguaje, a menudo con el objetivo de superarlo, para desarrollar su lógica máxima. Esta premisa ha sido un hilo conductor en las interpretaciones positivas sobre las potencias de lo falso desde entonces. Víctor Bravo destaca que el poder creador de la falsedad comenzó a percibirse sin atender a la lógica del lenguaje sino acaso en relación a su poder más legítimo: “el de crear mundos alternos en el acto mismo de su tarea de designación” (Bravo, 1998: 26). George Steiner ya había manifestado, en esta misma dirección, que “la facultad humana para enunciar cosas falsas, para mentir, para negar lo que es, está en el núcleo mismo del lenguaje y anima la reciprocidad entre las palabras y el mundo” (Steiner, 1980: 246). También autores como Juan Oleza, Noël Valis, Eleanor Londero o Doro Wiese -a la estela de algunos historiadores como Carlo Ginzburg o Eric Hobsbawm-, apuntaron a la paradoja de que la crítica literaria hiciera suyos argumentos jurídicos para minimalizar la metaficción y la autoficción en relación a la literatura académica o jurídica, cuando se ha demostrado que la escritura pretendidamente objetiva sigue los mismos patrones de confección que los de la fábula narrativa (Valis, 1992; Londero, 1995; Oleza, 2013; Wiese, 2014). Para todos estos autores, hay que desvincular la lectura “indecorosa, engañadora o fraudulenta” del fenómeno de lo falso para perfilar de forma distinta las potencialidades de la creación en el terreno de la ficción, sustrayendo a esta de las habituales categorías de “mera burla”, “tomadura de pelo”, o en su grado más extremo, “delito”. K. K. Ruthven o

Anthony Grafton, en sus reputados análisis sobre los poderes de lo falso, llegan a advertir que toda literatura, es de alguna manera, espúrea, demostrando la inconveniencia de distinguir obras falsas de verdaderas, y que toda falsificación creativa es un ejercicio de crítica por otros medios (Ruthven, 2001; Grafton, 2001). José Enrique Ruiz-Domènec, en el marco de un seminario sobre lo falso el que se exploraba las relaciones entre ciencia, literatura, filosofía y arte (CCCB, 2007-2008), planteaba la siguiente cuestión: “El problema se ha desplazado de la pregunta ‘¿qué es lo falso?’ a la pregunta ‘¿por qué lo falso es un emisor de significados?’” (Ruiz-Domènec, 2008: 25).

Esta literatura relativamente reciente de lo falso como motor cultural ha intentado cartografiar extensamente el alcance del mito en casi todas las disciplinas humanas. A juicio de Grafton, la falsificación ha jugado un papel central en la historia de las religiones, de la política y de la literatura; y ha fomentado -tanto en los falsarios que intentaban crear documentos convincentes como en los críticos que procuraban desenmascararlos- la adquisición de un sentido más pleno de cómo fue, en realidad, nuestro pasado (Grafton, 2001: 13). Ciertamente, como señala Álvarez Barrientos, los conceptos de falso y auténtico son temporales e históricos y están asociados a cambios económicos y sociales, no son valores intrínsecos e invariables (Álvarez Barrientos, 2014: 13), pero su análisis permite disponer de un conocimiento más completo de las diversas historias culturales y sociales. Lo apócrifo, indica el autor, es un termómetro de lo que preocupa a la sociedad, pues todo aquello que interesa se falsifica. Los interrogantes sobre la cultura que plantean los *fakes* ponen en evidencia los mecanismos de control generados institucionalmente y son capaces de cuestionar aquello que se entiende por cultura y los límites fijados por los cánones respecto a las fuentes de verdad en una cultura de la copia envuelta en una retórica sobre lo original. En este sentido –sostienen Gustavo Aprea y Agustín Campero-, los fraudes, “como imitaciones conscientes o deliberadas permiten comprender la lógica con que se articulan las convenciones a través de las que comunicamos nuestras ideas, sensaciones y emociones” (Aprea y Campero, 2011: 2). Es por

esa razón, que el *fake* puede considerarse una “instantánea del *zeitgeist*” (Groom, 2004: x), una imagen del espíritu de nuestro tiempo que demostraría una “epistemología inconsciente” (Knight y Long, 2004: 5), que los contextos culturales siempre están en movimiento y que las “asunciones del sentido común” son en realidad contingentes en esos contextos.

Michel de Certeau anunció a mediados de los años 1970 que “a una literatura de la perversión le sucede una literatura de la defección” (Certeau, 1999: 73), dando a entender que los modelos comunicacionales hegemónicos del capitalismo, perversores de las fuentes de sentido común que dicen defender - y que fueron denunciados en su día por Horkheimer y Adorno en términos de “fraude” ilustrado-, conducen a modelos y lenguajes creativos que abandonan explícitamente las sujeciones a los esquemas de verdad, sentido, comunidad y responsabilidad ofrecidos por la economía mercantil de los signos, subvirtiendo sus valores, atacando sus convenciones, desmontando sus ortodoxias y cultivando una saludable desafección y difidencia. Las prácticas de veroficción en el arte y en la literatura plantearían claramente la exploración de nuevas formas de verdad y comunidad no adscritas a ninguna administración centralizada de las fuentes de conocimiento y sensibilidad. En ese sentido, los *fakes* –señala María Rosell- contribuyen también a observar cómo los conceptos de verdad y mentira, autenticidad y falsedad, original y copia son, a la vez, valores que emanan de las cosas tanto como les son impuestos. Nuevos análisis de este tipo de prácticas conducirían, por consiguiente, a explorar con renovado instrumental las nuevas formas de consumo y producción, así como sus inflaciones y deflaciones (Rosell, 2012: 132). Este perspectiva también es compartida por una parte relevante de la etnografía reciente, que ve en las prácticas *fake* “un medio de exponer o subvertir hegemonías opresivas” (Fischer, 1986: 224).

El escritor Max Aub (CE 10), autor de algunos de los más notables trabajos de veroficción de la cultura española, puso en boca de uno de sus más famosos heterónimos, *Jusep Torres Campalans*: “Copia es copia, y como tal se vende

[...] Pero ‘fabricar’ originales tiene otro nombre” (Aub, 1970: 174). Hillel Schwartz, al hilo de la premisa expresada por el crítico de arte David Robbins acerca de la invención -“Inventar un acontecimiento o un objeto es algo maravilloso, pero inventarlo de nuevo tiene más que ver con el poder que con la inventiva: uno prueba que tiene el suficiente poder como para repetir las mismas condiciones” (Schwartz, 1996: 256)- nos recuerda esperanzada que los impostores, los gemelos diabólicos, los muñecos, los monos, los embaucadores, los mentirosos y los plagiaros “podrían ser los agentes que nos dirigieran hacia un sentido más razonable y menos negligente de nosotros mismos, apartándonos de la desesperación de lo unitario y conduciéndonos hacia una vida en compañía de los demás” (Schwartz, 1996: 397).

Ciertamente, sin un cálculo adecuado de ciertos efectos del *fake* es posible incurrir en lo que precisamente se condena: emborronar más los asideros comunes a través de los cuales nos dotamos todos de puntos de referencia a la hora de juzgar y tomar decisiones. La denuncia de la *doxa* no debe implicar la desaparición de la misma, sino una redefinición de los modos en que se legitima. Tiene razón Clément Rosset cuando advierte de 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’” (Rosset, 2008: 69). Tienen razón también Nick Groom y Anthony Grafton al sostener que no debería tolerarse la falsificación fuera del ámbito de la cultura –en los estudios históricos, en los tribunales, en las ciencias-, puesto que la mistificación ya no daría herramientas críticas capaces de detectarla cuando ahí se producen (Groom, 2004: 9; Grafton, 2001: 150). Es razonable la recriminación del crítico de arte Brian Holmes cuando señala en un texto titulado “Liar’s Poker” (El póker del mentiroso) que el *fake* puede reducirse a una jugada de farol (*bluff*) entre los artistas y las instituciones, necesitados como ambos están de relevancia (Lambert-Beatty, 2009: 81). Gilles Deleuze también presentó los problemas que las *potencias de lo falso* –como fenómeno deconstructivo y constructivo, especialmente en el cine- articulan al tratar con aquellas falsedades que “reemplazan a la forma de lo verdadero” (Deleuze, 1986: 185-198), siendo la

imagen en movimiento (por naturaleza, siempre ficticia, una forma sustancial de la expresión del poder), No tienen razón, en cambio, a nuestro parecer, juicios como el del notable historiador italiano Gillo Dorfles que cuestiona la cultura crítica de la simulación por “adulterar los propósitos, gustos y hábitos” culturales (Dorfles, 2010: 14) en detrimento de una “reserva de pureza”. Es precisamente la defensa de una pureza la que hace imposible colegir qué, cómo, cuando, dónde y quien produce la verdad.

Nelson Goodman ya demostró que las teorías del “sentido común” que abogan por enfrentarnos a las obras de arte despojados de todas las vestimentas del conocimiento y la experiencia son absurdas y resultan inútiles para afrontar cualquiera de los problemas más importantes de la estética o de la autenticidad (Goodman, 2010: 105-110). El recurso a un espacio en el que la percepción de la realidad y de la subjetividad esté incontaminado esconde en realidad una estrategia para pasar de puntillas sobre el papel del receptor en la construcción de lo falso. 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 espiritista, 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” (Ball, 2016: 100). En opinión del escritor y filósofo 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 disbelief*, tan certeramente analizada por Jonathan Crary (Crary, 2008) -. Sin embargo, apuntó Coleridge, 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 bien dispuestos” (Maliszewski: 2008: 74). De forma más radical expusieron Gilles Deleuze y Félix Guattari esta falsa condición purista del engañado: “Ocurre que el deseo nunca es engañado. El interés puede ser

engañado, desconocido o traicionado, 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” (Deleuze y Guattari, 1995: 365).

### 1.2.3- LÍMITES Y CONEXIONES ENTRE EL *FAKE* Y LA FALSIFICACIÓN COMERCIAL

Naturalmente, la historia de lo falso no puede obviar la historia de las falsificaciones que han tenido y tienen como objetivo un lucro económico. No es intención del presente trabajo analizar este tipo de actividades ilícitas -que disponen, por otro lado, de abundante literatura académica (Dutton, 1983; Radnóti, 1999; Lenain, 2012; Keats, 2013; Carreño, 2015)-, puesto que, si ciertamente aunque aportan numerosos factores de discusión sobre la percepción social de originales y copias, sobre las legislaciones de la propiedad intelectual y sobre los mecanismos de atribución científica, no lo es menos que escapan a la estricta voluntad “crítica” de la veroficción creativa que aquí se trata, cuya máxima fundamental es la de mantener la ficción acotada en el tiempo a la espera de su exposición como falsedad, sin haber interés en la plusvalía que genera la falsificación ilícita y secreta a lo largo del tiempo. La cualidad implícita o explícitamente ilegal que muchos *fakes* despliegan, tanto en su proceder como en su *output*, difiere no obstante de aquella ilegalidad que manifiestan las actividades falsificadoras. Los primeros pretenden cuestionar el orden legal del contexto o del ámbito en el que se insertan (más allá de la legitimidad o condición ética de sus instrumentos u objetivos), mientras las segundas no buscan el cortocircuito del orden legal, sino aprovechar sus fisuras para un beneficio propio.

Efectivamente, la falsificación es una cuestión que afecta a todos los órdenes de la producción, artística, patrimonial, mercantil e industrial, y que engloba todas aquellas prácticas fraudulentas que vulneran la propiedad intelectual. Aunque en numerosas ocasiones las prácticas creativas de lo falso traspasan la fina línea establecida por el *copyright*, hay que indicar que, en general, las

motivaciones y objetivos que guían a falsarios y falsificadores son fácilmente distinguibles. Los primeros no establecen sus criterios en relación a la permanencia del *dolo* en su ámbito de actuación, no buscan reemplazar un original por una réplica, plagio o copia de manera que sea permanentemente indistinguible. Además, el uso del artificio veroficticio está destinado a insertarse en el discurso que legitima o interpreta el artefacto clonado o simulado, no a insertar el producto en una determinada cadena de valor que proporcione réditos de modo ilícito. La cadena de estamentos culturales de autoridad y autenticación no siempre ha sabido o querido diferenciar con claridad estos aspectos distintivos, precisamente por el hecho de que numerosos proyectos tanto falsarios como falsificadores ponen en entredicho los argumentos utilizados por la disciplina especializada que se encarga de atribuir la autenticidad, originalidad y propiedad de los productos culturales. Ese fue el caso de las falsificaciones de Vermeer realizadas por Hans van Meegeren, que, gracias a sus magníficos *originales*, puso al descubierto el gran desconocimiento de los historiadores y críticos de arte de la obra del pintor de Delft; o del famoso falsificador Elmyr de Hory, singularmente retratado en el falso documental *F for Fake* de Orson Welles (1973) (CE 16), y quien inundó el mercado de obras de Modigliani, Matisse y Picasso, llegando incluso –como dice de Hory- a “mejorar” a los autores falsificados, incluso con la complicidad inocente de multitud de críticos, sorprendidos ante la excelencia de las obras recién “descubiertas”. Casos como los de Eric Hebborn, Tom Keating, Wolfgang Beltracci, John Drewe, John Myatt, Karl Waldmann o Mark Landis tienen también ya suficiente literatura, que demuestra hasta qué punto la falsificación fraudulenta del mercado artístico se produce gracias a la connivencia entre una autoridad cultural sostenida en las firmas, una avidez sin límites de coleccionistas y marchantes, y unos porosos criterios disciplinares del mundo del expertizaje.

Un buen ejemplo del peso de la firma en los criterios a menudo muy relativistas de la historia del arte, incluso de la más incipiente, es el de Miguel Ángel. En 1496, en su época de juventud, el artista esculpió un cupido durmiente, y con

un cómplice, lo enterró en tierra acídica para darle una apariencia antigua. El objetivo era hacerla pasar como antigüedad, lo que permitiría solicitar un alto precio. Tras encontrar “casualmente” la pieza, fue vendida al Cardenal Riario, quien finalmente descubrió la contrahechura y exigió al marchante que se la había vendido la devolución del dinero. Sin embargo, el Cardenal quedó tan impresionado con el talento de Miguel Ángel, que no lo denunció, sino todo lo contrario, ya que le permitió quedarse con parte de las ganancias. Posteriormente, la pieza pasó a manos del Duque de Mantua, quien la expuso junto a un cupido durmiente romano original. Se cree que la pieza acabó destruida en un incendio en 1698.

El caso jocoso de las falsas cabezas de Modigliani aparecidas en un canal fluvial de Livorno (Italia) en 1984 es también paradigmático en relación a la debilidad de la academia artística para fijar sus propios criterios de atribución. Tres jóvenes realizaron y arrojaron en secreto al canal 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 (Donfrancesco, 2011).

También hay que hacer notar que la propia historia del arte –y sus formatos de expresión máximos, el museo, la colección- se ha nutrido de obras cuya *originalidad* podría ser fácilmente cuestionada, como obras de taller, copias y réplicas anónimas y coetáneas que forman parte sustancial de las colecciones públicas y privadas, y que han conformado su propia historia como órganos de

autoridad (ver CE 5, 7). De entre los muchos casos que podrían concretarse, vale la pena citar el de las cerámicas de Alzate, pues espeja con gran propiedad algunos de los temas recurrentes en la falsificación cuando esta pivota entre dos extremos: la falsificación como medio de lucro, y la responsabilidad académica en su legitimación. Por otro lado, se trata de un caso que algunos críticos han relacionado con el auge de los trabajos de veroficción en el reciente arte contemporáneo colombiano interesado en re/deconstruir los principios canónicos culturales del país, en especial, en lo que hace referencia a la baja y la alta cultura (Frengel, 2015).

Entre la enriquecida burguesía colombiana que afloró a finales del siglo XIX y que decidió adoptar una actitud proactiva con el patrimonio histórico como signo de estatus social, destaca la figura de Leocadio María Arango (Medellín, 1831-1918) quien reunió y expuso una gran colección de piezas precolombinas de cerámica y oro. La calidad de las piezas despertó una viva atención internacional, pero la avidez de Arango por conseguir más y mejores atrajo también la atención de la picaresca. A mediados de 1970, Julián Alzate, taxidermista y amigo de Arango, al observar lo que consideraba “ignorancia” de los expertos en arqueología prehispánica colombiana decidió montar un taller secreto para generar estatuillas y vasijas de cerámica pero con “añadidos que mejoraban” el sistema iconográfico de la época original que pretendía simular, introduciendo por ejemplo elementos antropozoomorfos. Mediante técnicas de pigmentación y cocido conducentes a crear verosimilitud objetual, y enterrando las piezas en lugares cercanos a excavaciones, “los Alzate” –Julián y sus hijos Miguel, Luis y Pascual- comenzaron a inundar el mercado del que se nutrían Arango y el resto de coleccionistas. Aunque fue Arango el principal adquisidor de aquellas piezas (cerca de 1000), el mercado y la academia internacional también se hicieron con numerosas series. Fue así como se organizó una industria familiar muy lucrativa que perduró durante dos generaciones.

En 1912 el caso fue denunciado en el Primer Congreso Internacional de Etnología y Etnografía realizado en Neuchatel (Suiza), causando una gran

escándalo. Además de Arango, numerosos museos, coleccionistas y expertos internacionales quedaron expuestos, entre ellos la Sociedad Científica de Neuchatel, el Museo de Historia Natural de París, el Museo de El Trocadero de París o el Museo Nacional de Colombia. Arango siempre manifestó desconocer la contrahechura de los Alzate, aunque esto ha sido discutido. Tras la revelación del fraude, la obra de los Alzate no dejó de ser apreciada entre los coleccionistas; fue sobre todo el estamento científico quien quedó en entredicho (Bruhns y Kelker, 2010; Londoño y Fernando, 2011; Moscoso, 2016).

### **1.3- LA INSTITUCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD: AUTENTICIDAD, AUTORÍA Y PROPIEDAD**

Hemos explorado, en el capítulo “Imagen y realidad”, cómo el pensamiento romántico hurgó en el potencial de la poesía, de la ficción, en aras a definir una comprensión fantasmática de la realidad en la que liberarse de los prejuicios y corsés del lenguaje del orden. Allí apuntamos que, del Romanticismo -en todas sus escuelas y sensibilidades, desde el Idealismo hasta el Marxismo- surgirá el nuevo papel del sujeto creativo original que acabará delimitando las fronteras de la crítica y el lenguaje jurídico a la hora de establecer los criterios de juicio de lo falso, de lo auténtico, tanto en la ficción como en la realidad. El nacimiento del autor, paradójicamente, producirá un cuestionamiento radical de su propio rol como conformador cultural que llevará a poner las bases de una nueva crítica que emplaza “la muerte del autor” -el cruce de escrituras en el que el autor no es padre sino hijo, no es productor sino producto (Barthes, 1987)- como sendero en el que explorar nuevas formas de dialogo cultural, entre ellas, el papel de lo aparentemente falso.

Las condiciones en las que aparece la verdad de la obra de arte bajo la mirada del sujeto sensible, que deviene –como observamos al explorar el pensamiento moderno sobre la imagen- demiurgo en conexión con los restos olvidados y

descartados de la historia del propio sujeto, fueron expuestas con sucinta claridad por Michel Foucault en su ensayo de 1969 “Qué es un autor”:

En el siglo XVII o XVIII se produjo un cruce; se empezaron a recibir los discursos científicos por sí mismos, en el anonimato de una verdad establecida o siempre demostrable de nuevo; lo que los garantizaba era su pertenencia a un conjunto sistemático y no la referencia al individuo que los produjo [...] Pero los discursos "literarios" ya sólo pueden recibirse dotados de la función autor: a todo texto de poesía o de ficción se le preguntará de dónde viene, quién lo escribió, en qué fecha, en qué circunstancias o a partir de qué proyecto. El sentido que se le otorga, el estatuto o el valor que se le reconoce dependen del modo como responda a estas preguntas. Y si, como consecuencia de un accidente o de una voluntad explícita del autor, nos llega en el anonimato, enseguida el juego consiste en encontrar al autor. No soportamos el anonimato literario; sólo lo aceptamos en calidad de enigma (Foucault, 2010: 239).

Foucault describe los términos que ilustran el paulatino colapso de una tradición de relación con lo original, lo verdadero, lo auténtico (del griego *authentia*, “poder absoluto”, relacionado con *autós*, “mismo” y después del latín *authenticus*, “que responde a sí mismo”) en un momento histórico determinado en el que nace el sujeto *en propiedad* para expresar lo *impropio*, lo no se ve. Se trata, no obstante, de una tradición que, aunque observa negativamente lo inauténtico y se dota de prevenciones para ello, despliega al mismo tiempo actitudes laxas en relación a la autoría de las cosas. Joaquín Álvarez Barrientos ha analizado extensamente cómo el concepto de autoría medieval era colectivo y abierto. Cabe recordar, a modo de ejemplo, lo que Juan Ruiz escribió en la introducción de su obra *El Libro del Buen Amor* (c. 1330-1343): “Qualquier omen, que lo oya, si bien trovar sopiere, puede más y añadir et emendar si quisiere” (Álvarez Barrientos, 2014: 123). También ha sido descrito cómo en los talleres artísticos desde el Renacimiento la expresión del “maestro” estaba mediatizada a través de un sistema colectivo de trabajo en el que, aunque por contrato el titular del taller estaba obligado a pintar rostros, manos, animales y tejidos complejos, la carga del trabajo venía compensada

pluralmente, lo que no fue óbice para la aparición de diatribas sobre la autoría de algunas obras dentro de los talleres (Wittkower, 2015). Más recientemente, al ocuparse de la distinción entre original, copia y *fake* en la cultura china, el filósofo Byung-Chul Han ha demostrado que, a diferencia de Occidente, en donde la idea de original –en tanto que “técnica cultural”- está estrechamente entrelazada con la de verdad, atentando contra el cambio por medio de la exclusión y la trascendencia, los chinos aplican otro tipo de técnica cultural, que opera con la inclusión y la inmanencia (Han, 2016: 36. Ver también Marzo, 2016b). El pensamiento chino no rastrearía al ser o al origen, sino las constelaciones cambiantes de las cosas. Así, los artistas chinos clásicos dejaban espacios en blanco en sus obras para poder recibir comentarios posteriores –añadidos- por parte de otros artistas o de espectadores, no perdiéndose nunca su valor de original. En todo caso, y dejando de lado las similitudes entre el pensamiento pre-moderno europeo y la tradición oriental, es necesario destacar que la laxitud en la constitución de la propiedad autoral de muchas obras ha provocado que los problemas surjan *a posteriori*, como es bien conocido, con la aparición de numerosos problemas de adscripción y atribución de obras.

El imperativo de originalidad que aparece sujeto al moderno autor artístico se define por “ser a la vez innovador y personal: innovador, porque la originalidad supone aportar algo que hasta entonces no existía; y personal, porque eso nuevo debe ser claramente atribuible a un individuo identificable, no a una corriente general, a un movimiento de ideas o a una tendencia difusa” (Heinich, 2010: 24-25). Sin embargo, Álvarez Barrientos ha señalado que escribir como alguien lo hizo antes no siempre se vio como un delito ni como una forma de falsedad. El momento en que se relaciona falsedad y autenticidad es cuando hay un intercambio de orden económico o cuando se engaña: “Lo auténtico como valor surge en los siglos XVII y XVIII y está vinculado a la construcción de los discursos de verdad; por tanto, la autenticidad se entendió como algo demostrable, mientras que lo no demostrable entró en el campo de la ficción” (Álvarez Barrientos, 2014: 285).

En este sentido, el *momentum* de mecánica social que describía Foucault presenta una pregunta nueva: ¿Es el sujeto el que dota de legitimidad a la obra, o es la condición singular de la obra la que demanda una autoría? La respuesta vendrá marcada por el peso y cruce de diversos procesos paralelos, que producirán determinados valores de adscripción: la conversión de las cosas en mercancías, cuyos originales pierden o ganan valor en relación a una economía de signos; el desplazamiento del artista del taller al estudio en el marco de la creación de un mercado cultural, protegido patrimonialmente por el Estado burgués (*copyright*), mientras, paradójicamente, se acelera la disolución de la idea clásica de sujeto y el fin del yo inmutable, que fuera descrita a principios del siglo XX por Ernst Mach y Hermann Bahr y que puede resumirse en que “el hombre no es más que una masa de percepciones sumamente inestables que crean la impresión de personalidad” (Blom, 2010: 95). Estos procesos producirán una serie de tensiones que darán pie, tanto a una formulación nueva de la imagen en la *era de su reproductibilidad técnica* (Benjamin, 2003); a una concomitancia conflictiva entre las categorías de verdadero y auténtico que acabarán creando singulares mimetismos; como a la delimitación entre obra y recepción como forma de comprender el lugar o el régimen en el que se produce la creación y su interpretación, planteada en términos de “pluralidad de órdenes” por Umberto Eco, en 1962, en *Obra abierta* (Eco, 1985).

El artista, como fabricante de revelaciones, es quien legitima la autenticidad de la exploración y el conocimiento de la mecánica. El resultado es verdadero y auténtico en la medida en que ese hecho es manifiesto, esto es, en la medida en que sabemos quien lo ha hecho. Que el artista produzca una o diez obras iguales es relativamente irrelevante siempre que las copias reflejen con *propiedad* la intención original. Sin embargo, se considera condenable que el autor sea reproducible, bien en modo de plagio, de suplantación, o de falsificación. Esta distinción es fundamental para comprender la inserción de lo falso en el cuerpo de las doctrinas culturales.

El surgimiento del creador auténtico y original dispone de una amplia literatura, ya sea en el ámbito de las artes visuales (Whittkower, 2015; Bourriaud, 2009; Krauss, 1996) y especialmente de la literatura (Goody, 2006; Eagleton, 1988; Sanders, 1992). Sin embargo, el problema de lo falso como potencial literario y fenómeno cultural no ha sido tratado por los especialistas hasta fechas mucho más recientes, al calor de las cuitas posmodernas sobre la autoría y sobre el interés de la cadena de valor en la obra cultural (Dutton, 1983; Bessy y Chateauraynaud, 1995; Moore, 1999; Ruthven, 2001; Grafton, 2001; Heinich, 2005; Rosell, 2012; Álvarez Barrientos, 2014). La gran mayoría de los autores emplazan el problema de la actualización moderna de lo falsario en los discursos nacidos sobre el papel del sujeto creador en la nueva economía subjetiva de la ficción. La exigencia de autenticidad del artista aparecida a principios del siglo XIX se basa en la premisa de saber dar expresión a una entidad común a toda la sociedad, pero que ha desaparecido y que el artista es capaz de encontrar o de vislumbrar: “La autenticidad es una categoría cuyo objetivo es transmitir la percepción de un falta en la subjetividad moderna, como la nostalgia romántica por la pérdida de un todo orgánico” (Cooper, 2012: 8). En el mismo sentido de “ausencia” se ha manifestado Hillel Schwartz, en su caso, en relación a la cultura de la copia: “Sólo en una cultura de la copia le asignamos dicha fuerza motivadora al original. Lo que entendemos por ‘original’ hoy día es lo que nos habla de manera inmediata, una experiencia que creemos haber perdido entre nosotros los humanos” (Schwartz, 1996: 132). Para Nathalie Heinich, esa exigencia de reencantamiento subjetivo y sincero de lo perdido en el conjunto de la experiencia real producido por el surgimiento del capitalismo, ha sido emplazada, casi en exclusiva, al campo privilegiado del arte, la magia y la religión (Heinich, 2010: 7).

Los artistas, los literatos, los músicos habrían quedado así constreñidos a representar las cualidades de sensibilidad y sensorialidad evaporadas a causa de la industrialización. Si la copia, la réplica y el producto en serie han degradado el *aura* (Benjamin) de los objetos cotidianos, la autenticidad del

producto creativo surge como baluarte de una experiencia viva constantemente amenazada. El falseamiento, la simulación de esa exigencia aparece pues en el horizonte social, en el mejor de los casos como una derrota de la cultura frente a la presión de la mercancía indistinguible, y en el peor, como una traición al principio de singularidad. El arte “falseado” o “falso” pasa a definirse –en el espacio de la crítica- en la medida en que el autor no ha cumplido la demanda de honestidad, autenticidad y sinceridad a la hora de transmitir aquello invisible o invisibilizado en la sociedad de la mercancía.

Esta definición presenta, por otro lado, un poderoso argumento para acotar el sentido de un nuevo término en auge, la “falsificación”, que queda relegado al espacio jurídico del “fraude”, habitado por aquellas creaciones que “manipulan” la apariencia de veracidad autoral adscrita a la firma o al objeto original, menoscabando o saqueando –en el primer caso- la expresión estética de un espíritu individual. Hillel Schwartz ha señalado, en este sentido, que la autoridad de la firma viene a convertirse en el emblema de prestigio de una sociedad capitalista “que prospera con lo múltiple pero menosprecia la imitación” (Schwartz, 1996: 248). También Boris Groys ha indicado que, en una sociedad de grandes colectivos (estados, empresas, comunidades científicas), en las que el individuo queda ensombrecido por los volúmenes, y cuyas acciones quedan subsumidas en ellos, el arte y el campo de las acciones criminales son los únicos ámbitos reconocidos de responsabilidad personal (Groys, 2016).

La autenticidad moderna del artista vendrá sujeta, por consiguiente, a una expectativa en relación a la calidad de la persona, ya no únicamente a su talento o habilidad. Heinrich ha demostrado cómo los diccionarios del siglo XIX comenzaron a definir la autenticidad ya no en términos de vínculo entre un objeto y su origen sino por la “cualidad de una persona, de un sentimiento o de un acontecimiento” que es manifiestamente “sincera, natural y verdadera”. Al mismo tiempo, la exigencia de autenticidad corrió pareja a una redefinición de la profesión o del oficio como una “vocación” individual e intransferible que

ya no opera bajo las normas de un “régimen de comunidad” sino de “singularidad” inédita (Heinich, 2010: 17-21). Otros autores también han señalado la estrecha relación que aparece en la interpretación del creador moderno entre comportamiento y autenticidad, quedando así expuesta la derivación de lo moral -en la lectura clásica de la imagen- hacia lo ético -en la lectura moderna- (Rabaté, 2008; Goldie; 2004).

No obstante, esta es una relación que pronto vendrá aparentemente subvertida por el artista de vanguardia, que planteará un ataque frontal a esta noción de autenticidad ética, mediante el recurso a la gamberrada, la obscenidad, la abyección, la iconoclastia, y también la política, considerada para una gran parte de la crítica como una actitud éticamente intolerable que choca frontalmente con la necesidad del artista de estar desligado de toda atadura programática. Este punto es especialmente relevante para observar la perdurabilidad del mito de la autenticidad y la originalidad incluso entre quienes la desean demoler, ya que se mantiene la necesidad de inventar maneras originales de no ser original. Heinich ha indicado que el artista que pretendiera transgredir radicalmente el imperativo de originalidad debería pues proponer algo que ya se haya hecho y que resulte totalmente impersonal, apuntando claramente a uno de los factores clave en la teoría de la veroficción: la sustracción de este tipo de prácticas a la visibilidad de la autoría y de la condición original del producto, aún a pesar del “inconveniente de condenar al interfecto a una oscuridad radical” (Heinich, 2010: 24-25).

Esta cuestión no es menor en la historia de la pensamiento cultural, pues expone el problema del anacronismo (realizar algo considerándolo nuevo, aún a sabiendas que se ha hecho antes) como modelo que desea superar la clásica estructura teleológica moderna de la evolución y la novedad. Sólo hace falta recordar la obra de Jorge Luis Borges, “Pierre Menard, autor del *Quijote*” (1944), en la que un autor, Pierre Menard, escribe en los años 1930 un texto exactamente igual al Quijote de Cervantes. Sobre su tarea, dice el narrador: “Hay que agregar que Menard no encaró nunca una transcripción mecánica del

original; no se proponía copiarlo. Su admirable ambición era producir unas páginas que coincidieran -palabra por palabra y línea por línea- con las de Miguel de Cervantes” (Borges, 2011). Borges planteaba un nuevo tipo de relación entre el texto y su doble en un régimen de citas. También Georges Didi-Huberman ha planteado la solvencia que puede tener el anacronismo como forma de explorar las profundas paradojas que hipotecan a la historia del arte (Didi-Huberman, 2008).

En todo caso, y en relación a la subversión de concepto de autor, la naturaleza de las prácticas veroficticias, marcada por la complejidad de los paratextos y la necesidad de eficacia, conlleva un laborar de modo horizontal y colectivo que tiende a desdibujar los efectos de las acciones individuales de los sujetos. María Rosell sostiene que “la colaboración entre autores -reales o heterónimos- se aprecia como una manera de subvertir el modelo agonístico de producción textual que trata a los escritores como solitarios encerrados o empeñados en competir entre ellos. La escritura colaborativa permite a aquellos que la practican alcanzar los beneficios de explorar los espacios que conectan las subjetividades” (Rosell, 2012: 116).

A la gestión común de los grupos y colectivos culturales nacidos en el caldo moderno, hay que sumar las nuevas formas de compromiso activo en ámbitos como la política, el sindicalismo o la contracultura, sometidos a una redefinición de sus categorías individualistas tras la caída de la Izquierda y el surgimiento de nuevos modos de producción de afectos y de signos, cuya gestión corre cargo de una economía comunitaria del *do-it-yourself*, del Juan Palomo o del *samizdat* (autogestión) Es conocida la conclusión a la que llegó el disidente soviético Vladimir Bukovski tras el proceso del Estado en su contra: "Yo mismo lo creo, edito, censuro, publico, distribuyo, y resulto encarcelado por eso" (Home, 2002: 105).

La idea de un sujeto identificable, y por lo tanto garante de la autenticidad, es sustituida por el *Homo Gemeinwesen*, “hombre comunidad” (J. Camatte), por las propuestas anónimas y colectivas de Ray Johnson, Monty Cantsin o Karen

Elliott en Estados Unidos, o por lo que el colectivo anónimo Luther Blissett (CE 20) denomina “condividuo”: “Una singularidad múltiple cuyo despliegue entraña nuevas definiciones de “responsabilidad” y de “voluntad”, y que no facilita precisamente las cosas a abogados y jueces” (Luther Blissett, 2000b: 1). Alan Dundes ha señalado que los grupos que practican *pranks* y acciones ficticias suelen fomentar un fuerte sentido de *communitas* que impide el desarrollo de una figura autoral (Dundes: 1989: 104).

Para concluir, es necesario señalar cómo las prácticas *fake*, y en general, las nuevas formas de activismo, emplazan la autoría en una relación dependiente de los efectos derivados de las acciones. En estas manifestaciones paraficticias o heteronímicas, el juego propuesto condiciona y determina al espectador en el acto de compartir la obra. Por esa razón, estas prácticas convocan más la figura de un “productor crítico” que la de un artista, en la medida que se ponen en juego no solamente el estatuto del arte y de sus condiciones de posibilidad sino muchos otros lenguajes, tipos discursivos y prácticas culturales como la ciencia, el discurso político, el publicitario y el informativo para reflexionar sobre su funcionamiento. Daniela Koldobsky ha indicado que “esa figura disuelve su especificidad como ‘usurpadora’ de otras especificidades, pero ello antes que afectar al falsificador afecta a su alter ego, el artista” (Koldobsky, 2011: 140).

### 1.3.1- ENTIDADES DE DES-INDIVIDUALIZACIÓN: VENTRILOQUÍAS

¿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 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 yoés. 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 (ver Titze, 2008). 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 (Connor, 2000: 331). 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 (Glodblatt, 2000; Prósperi, 2015)- 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 (Marzo, 1998b).

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, figura irreverente que “siempre dice la verdad” (como los animales, los niños, los viejos o los locos, habituales personajes impersonados en 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 (Marzo, 2002b). 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 autómeta: 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?” (de Certeau, 1999: 73).

Ya ha sido señalado cómo la figura griega de la *ecstasis*, que designa a un ser al lado del propio ser, fue especialmente cara a Nietzsche, quien defendía la proyección de uno mismo hacia fuera para así actuar como si uno fuera otro, deshaciéndose del propio sujeto al derivarse en un segundo sujeto (Goldblatt, 1993). La proximidad de Nietzsche al *ecstasis* se basaba en que, como ocurre en la ventriloquía, se produce una ilusión sin engaño –como la del *phántasma*, que ya hemos observado-. Como en las palabras del “loco”, capaz de situarse en un “afuera” que revela los límites de la verdad y articula en su discurso (de manera inconsciente, qué duda cabe, y quizás torpe) la posibilidad de otra verdad más trascendente o atroz (Bravo, 1998: 25).

Foucault, al tratar la idea de autor, también planteó esta cuestión al percibir el acto de escribir como la creación de un espacio en el que el sujeto escribiente desaparece constantemente para aparecer fugaz e inesperadamente (Foucault, 2010), demandando un autor capaz de desindividualizarse mediante la multiplicación y el desplazamiento. Prósperi sostiene que el agenciamiento ventrílocuo presenta al poder el problema de la naturaleza personal, y por lo tanto jurídica, a la hora de determinar quién habla para poder imputar y procesar legalmente al responsable de la voz inasible (Prósperi, 2015: 211).

### 1.3.2- INSTITUCIONES DE OBJETIVIDAD

Efectivamente, ¿cómo se enfrentan a esos nuevos condicionantes disciplinares los artistas que hacen del falseamiento su técnica creativa?; ¿cómo se articula la *desapariencia* del sujeto para revelar el conjunto de instrumentos que tutelan y determinan una apariencia adecuada? Para responder a estas cuestiones, es necesario tener presente un aspecto fundamental: el proceso de autenticación, o lo que es lo mismo: los mecanismos institucionales de veridicción.

Patrick Herron, en el sendero de los estudios emprendidos por K. K. Ruthven, ha explorado cómo, gracias al peso de las consideraciones legales y comerciales de las industrias culturales, se desarrolló un nuevo lenguaje de crítica artística, que primó el papel del autor en la producción. Este nuevo lenguaje, “específicamente retórico”, era relativamente nuevo en la cultura. Se trata, en opinión de estos autores, de un lenguaje que se beneficia, irónicamente, de su capacidad inherente para “ofuscar su propia subjetividad”, convirtiéndose, por tanto, en un lenguaje de “engaño” que pretende establecer objetivamente la autenticidad y originalidad de los materiales artísticos (Herron, 2002; s/p). En esta misma dirección, se ha manifestado Álvarez Barrientos, para quien el ejemplo de los autores que ya en el siglo XIX intentaban desestabilizar el “buen orden” de la literatura mediante contrahechuras literarias muestra hasta qué punto se ponía de relieve la insuficiencia de los métodos de autenticación y la incapacidad de los recursos filológicos para establecer los corpus “fidedignos”, “auténticos”, de las literaturas nacionales. Y señala: “De ahí, la relación de dependencia entre Falso y Filología, pues muchos de los avances metodológicos de ésta, se deben, precisamente, a la búsqueda de fórmulas para discriminar lo verdadero de lo que no lo es” (Álvarez Barrientos, 2014: 18). En realidad, para el autor, lo que una falsificación puede mostrar es la incompetencia y, a menudo, la culpabilidad de los expertos en autenticación.

Un buen ejemplo de este condicionamiento de los métodos de autenticación sobre los productos culturales, y que 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 es L'Amico di Sandro. “El amigo de Sandro” fue el nombre del 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 ínterin, se había forrado (Blom, 2013: 218-219).

Nathalie Heinich ha propuesto una “sociología de los valores” a fin de exponer una perspectiva “axiológica” que promueva un estudio de la naturaleza de los juicios que se emplean en la definición de lo auténtico o lo falso, porque solo analizando los procedimientos de autenticación es posible comprender la evolución de esos valores: “Igual que no existe falsificación sin expectativa de autenticidad, tampoco existe autenticidad a falta de unos procedimientos de autenticación o de no autenticación” (Heinich, 2010: 6 y 13). Heinich distingue dos grandes categorías de pruebas de autenticidad: la “rastreadibilidad” (la posibilidad de rastrear la historia de algo hasta su origen), y la “sustancia”. Pero, en uno y otro caso, ambas deben servir para confirmar o no confirmar un vínculo con el origen del objeto, siendo este vínculo lo que hace posible la ilusión de la propiedad autoral (Heinich, 2010: 14).

Una de las primeras cuestiones a las que atenderán los falsarios literarios y las prácticas de veroficción son los mecanismos disciplinares de autenticación, ya sean –como vemos en los casos de estudio- científicos, académicos, de la crítica de arte o periodísticos. Estos formatos de verificación se caracterizan, como se ha apuntado ya- por haberse conformado a base de una objetividad que desplaza aparentemente toda subjetividad arbitraria de su seno. La mayoría de las prácticas que pretender exponer la debilidad de esta condición verificadora lo hacen, no obstante, mediante el recurso de la suplantación del sujeto, mostrando así el núcleo central del problema: la adscripción individual e identificable que conlleva la autenticidad. Cabe en este punto recordar lo que Han van Meegeren, el más importante falsificador de Vermeer, manifestó en el juicio al que fue sometido: “Ayer este cuadro valía millones. Los expertos y los amantes del arte

llegaban desde todos los rincones del mundo para admirarlo. Hoy no vale nada, y nadie cruzaría la calle ni para verlo gratis. Pero el cuadro es el mismo. ¿Qué es lo que cambió?” (Wynne, 2006: 71).

El proyecto de veroficción *Las cajas chinas* (CE 7) realizado en 2011 por las artistas Montse Carreño y Raquel Muñoz describe especialmente bien la querencia entre los practicantes del *fake* por exponer los criterios propios de las instituciones de competencia, que ostentan el monopolio de la autenticación. *Las 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 fue encargarse 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 antes de lo previsto el objetivo del proyecto, el 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 (Carreño, 2015).

Esta es una cuestión que también ha planteado Álvarez Barrientos: si se desconoce su condición (esto es, que la obra no está hecha por el sujeto que aparentemente la ha hecho), “lo falso se comporta del mismo modo que lo auténtico y resulta ser una construcción cultural como cualquier otra. Si atendemos sólo al lado estético, la oposición entre original y falso se desvanece, pues el lector y el espectador reaccionan del mismo modo ante obras auténticas y falsas y tienen la misma experiencia emocional hasta que se les descubre que están ante un falso” (Álvarez Barrientos, 2014: 385). Por consiguiente, numerosas prácticas de veroficción, en el ámbito literario como artístico, cultural como activista, persiguen la dislocación de la adscripción del sujeto, bien a través de su colectivización, de su invisibilización, o de su falsificación para poder introducirse de lleno en el territorio en donde los mecanismos de autenticación se mueven con dificultad.

Duchamp destacó en poner en solfa la autenticidad del objeto artístico fijada por la mano del creador a través de sus *readymades*, una forma de anacronismo: objetos encontrados y presentados sin ninguna manipulación excepto la firma ocasional. Heinich subraya la potencia de este tipo de obras, porque no constituyen una falsificación “puesto que se presenta como un objeto producido industrialmente” (Heinich, 2010: 20). Cabe recordar aquí el proyecto de Octavi Comeron, *La balada del valor de uso* (2011-2012) (CE 8). La instalación exponía un automóvil nuevo en una galería que era posteriormente vendido a un coleccionista. Al poco tiempo, la Agencia Tributaria requirió la atención del artista, al considerar que debía pagar el IVA habitual aplicado a la venta de un coche, en vez del IVA reducido. Comeron inició así una relación documental con el Estado, en su defensa de que el IVA reducido aplicado en las facturas era el correcto, puesto que era el aplicado a la venta de cualquier obra de arte. Comeron revelaba la fricción entre dos tipos de sujetos: el sujeto

creador y el *sujeto pasivo*, por usar la terminología impositiva de la administración. Al mismo tiempo, ponía bajo la luz el único documento existente del Estado español que manifiesta oficialmente qué es lo que considera arte, y por tanto aplicarse un IVA reducido. Es la Ley del IVA de 1992, cuyo texto subraya constantemente la condición de que la obra esté hecha “a mano”. De este modo, Comeron activaba el palimpsesto de categorías que definen los espacios de autenticación, de *authenticia* o poder absoluto.

El caso de Brancusi contra el Estado americano, en 1927, es también revelador de la existencia de singulares disrupciones entre la obra de arte y su *apariencia* como tal. El escultor entabló un pleito cuando Estados Unidos trató de gravar la importación de su escultura *El pájaro* como si fuera un objeto industrial y no una obra de arte. El caso desveló los límites de legitimidad que se producen al establecer qué es una obra de arte y con qué mecanismos de autenticación se cuenta: la mimesis -con el pájaro-, la manipulación personal del artista en la fundición, la competencia profesional, si era original o copia.

El lenguaje con el que la academia se arroja para constituir su propia verdad es no sólo fuente de conflicto, sino también instrumento de contrasentido en las prácticas de veroficción.

Como si de una sugerencia a Orson Welles (CE 16) se tratara, antes de que éste llevara a la radio *La guerra de los mundos* en 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 (Ball, 2016: 221).

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” sobre las que Joan Fontcuberta (CE 5, 31) se ha referido a menudo (Fontcuberta, 2016), 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 disciplinares” que modelan la percepción de los sujetos tanto de sí mismos como de los modos interpretativos de lo dado, lo heredado y lo futurible (Foucault, 1986). 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 (Fontcuberta, 1997a; 138). 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 hacerme partícipe del arcano (de Certeau, 1999: 74).

Ciertamente, Wells no fue el primero ni el único en comprender cómo el relato cientifista se apodera de la capacidad de creer y de hacer veraz lo increíble. Acaso sí fue pionero en describirlo. 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 (Rosell, 2012: 70). 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 utilizaran 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.

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. 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* (Monteilhet, 1982): 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.

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 confidentes 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 (Garton Ash, 1999; citado en Marzo, 2002a: 163). 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 antimedidores, intransitivos, que fabrican la no-comunicación, precisamente por constituirse meramente como portadores de signos sin relación con los referentes. 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 lenguaje. Numerosos autores como Hayden White, Carlo Ginzburg, Eric Hobsbawm o Juan Oleza han demostrado que la escritura pretendidamente objetiva, verídica o neutral -concretamente, el relato histórico y el autobiográfico-, sigue los mismos patrones de confección que los de 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 creíble”, ha señalado Rosell, al referirse a la metaficción y la autoficción (Rosell, 2012: 15-16).

Esta condición de competencia se revela especialmente bien en el ámbito del documental –como veremos con más detalle-, ya que el reportaje histórico-periodístico ha 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 entre los CE 27, 28, 30, 32, 45) se haya erigido 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. Fernando de Felipe ha señalado que el falso documental ejerce una “paradójica forma de exorcismo”, al traicionar 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: devolviéndolo al sujeto .

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 conducta comunicativamente racional, es decir, presuponemos que son hablantes competentes y que en general expresan la verdad. La institucionalidad de un mensaje no reposa sobre su condición administrativa o pública, sino sobre el ropaje que viste para ser considerada “competente” (Williams, 2006: 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 misma del sujeto. Es el rechazo de lo que Peirce llama el “método de autoridad”, el hecho de dejar que la verdad se someta a la autoridad (Engel, 2008: 122-123).

Vemos, pues, que 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; exponer su contrato de veridicción y de autenticación. Pongamos un ejemplo para concluir. En el siglo IV AC, Heráclides Póntico se enzarzó en una disputa con otro filósofo llamado Dionisio “el Renegado”. Heráclides era considerado toda una autoridad y su sobrenombre era “el majestuoso”. Dionisio tenía peor fama. Inicialmente era un

estoico que negaba la existencia del dolor y del placer, pero desarrolló una inflamación ocular aguda que le convenció de lo erróneo de sus principios. Abandonó la escuela estoica (de aquí su mote) y se pasó el resto de su larga vida frecuentando tabernas y prostíbulos.

Dionisio contrahizo una tragedia, el *Parthenopaeus*, que atribuyó a Sófocles. En uno de sus textos, Heráclides la citó como obra genuinamente sofoclea. Dionisio proclamó su autoría, pero Heráclides insistió en la autenticidad de la obra. Y a ello replicó Dionisio que la supuesta tragedia incluía un acróstico (*Pánkalos*, el nombre del novio de Dionisio). Heráclides objetó que debía tratarse de una simple casualidad: cuando se le incitó a seguir leyendo el acróstico, halló que continuaba con un mensaje coherente:

- Un simio viejo no caerá en la trampa
- Claro que caerá; es cuestión de tiempo.

Las iniciales proseguían hasta constituir un veredicto apabullante: “Heráclides no sabe de letras”. Al leer esto último, según se cuenta, quedó corrido de vergüenza (Grafton, 2001: 9-10).

## **1.4- GENEALOGÍA DE LA IMPOSTURA**

### **1.4.1- IMPOSTORES**

*Memoirs of a Social Monster, or the History of Charles Price, otherwise Bolingbroke, otherwise Johnson, otherwise Parks, otherwise Wigmore, otherwise Brank, otherwise Wilmott, otherwise Williams, otherwise Schutz, otherwise Trevors, otherwise Polton, otherwise Taylor, otherwise Powel, etc, etc, etc, and commonly called Old Patch.* Este es el título del libro impreso en Londres en 1786, que recoge las memorias de Charles Price, famoso impostor inglés que, según recoge la publicación, “maquinaba más intrigas que piedras

tiene la torre de Babel” y que terminó ahorcándose en la cárcel, negándolo todo (Schwartz, 1995: 65).

¿Son los impostores quienes más ponen en entredicho el valor social más fundamental, que es la verdad del sujeto? La figura del impostor obliga a reevaluar algunos conceptos sobre la condición y consideración de lo falsario. Los impostores despiertan diversas problemáticas en su quehacer que generan relatos diversos, a menudo contrapuestos, pero los que han prevalecido están vinculados siempre a la consideración legalista. La impostura cuestiona la identidad sobre la que se basa el sistema jurídico, presentando las tensiones creadas por el imperio de unas leyes que permiten o censuran la vida social (a menudo, la simple existencia física) en relación a la capacidad o incapacidad (voluntad o desprecio) de los sujetos por construir y mantener una identidad reconocible y certificada. El cambio de identidad -mediante la transformación del aspecto físico o de la forma de hablar, mediante la contrahechura documental de la genealogía social o familiar, a través del juego de apariencias profesionales o de la suplantación del rol social asignado- ha permitido al impostor la exploración, pero también la deconstrucción, de unas vidas alternativas que el sistema jurídico impide por defecto.

Tal y cómo ha señalado Antonio Calvo Maturana en su excelente estudio sobre la impostura en la España de la Ilustración, “la némesis del impostor es el Estado, que asigna identidades y 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” (Calvo Maturana, 2015: 366). Maturana aporta documentación precisa sobre la evolución legal del delito de impostura y suplantación, mencionando, por ejemplo, la legislación más antigua existente sobre la materia en España, procedente de las *Partidas* de Alfonso X, redactadas entre 1256 y 1265. Allí se recoge, en el capítulo “De las falsedades”, el delito de suplantación de nobles, clérigos, miembros de la Familia Real y de cualquier otra persona: “[También comete falsedad] el que

anduviese en talle de caballero, que no lo fuese, o el que cantase misa no habiendo órdenes de preste. Otrosí, hace falsedad aquel que cambia maliciosamente el nombre que ha tomado, o tomando nombre de otro, o diciendo que es hijo de Rey o de otra persona honrada, sabiendo que no lo era” (Maturana, 2015: 29).

Al mismo tiempo, la impostura revela las fantasías culturales de una sociedad. Hillel Schwartz ha indicado, al tratar el mito del doble, que “las imposturas tienen éxito a causa y no a pesar de su contenido en ficción”, sugiriendo que, cuando salen bien, se debe a que son capaces de operar precisamente en el núcleo central de las paradojas habitualmente escondidas o ocultadas en el cuerpo social (Schwartz, 1995: 66). La inteligencia del impostor radica por tanto en su habilidad por identificar con precisión las líneas de producción social reprimidas por el sistema de órdenes y valores y por ponerlas a trabajar en su propio beneficio. Maria Rosell, a través de sus estudios sobre los heterónimos literarios españoles, ha planteado la cuestión con claridad: “El trabajo del falsario que se pretende pasar por verdadero exige suma maestría y un conocimiento sobresaliente del estado del conocimiento sobre la materia tratada” (Rosell, 2012: 69). Por ello, los actos de un falsario no dejan de ser radiografías espejadas de los sistemas de producción de sentido social, en la medida en que es necesario un conocimiento preciso del entorno en el que se actúa, incluso avanzando territorios aún por constituir. El impostor se obliga a trabajar con un radar, con un detector de los constantes deslizamientos y desplazamientos de los espacios de veridicción autorizados, revelando, al mismo tiempo, y mientras tiene éxito, las costuras y discontinuidades de éstos.

Las *Causes célèbres*, por ejemplo, las historias literarias de imposturas en la Francia de los siglos XVII y XVIII, revelan un imaginario social atormentado por la capacidad de los individuos de confundir el estatus y las jerarquías tradicionales y jugar con las apariencias. Hay casos notables. El de Louis de la Pivardière en 1690, un gentilhomme que llevó durante varios años una doble vida con dos esposas. O el de un hombre en todo semejante a un tal Martin

Guerre, que en 1556 se hizo pasar por él, aprovechando que éste había huido abruptamente tras ser acusado de robo de grano. De facciones muy similares a Guerre, el impostor –de nombre Arnaud du Thil- dedicó muchos esfuerzos en incorporar señales corporales de Guerre a su propio aspecto: cicatrices, defectos dentales, manchas en la piel, aunque obvió uno no menor: que Guerre había perdido una pierna en la guerra. No obstante, tanto la esposa de Guerre como los demás familiares y paisanos quedaron persuadidos de la identidad del personaje –aunque se manifestaron algunas dudas-, hasta que tres años después, y habiendo concebido dos hijas con la esposa del suplantado, asuntos de herencia reclamados por el nuevo Guerre comenzaron a levantar suspicacias. En 1559 era detenido. Poco después apareció el verdadero Martin Guerre de regreso, con su pata de palo. Durante las causas celebradas, en las que el escritor Michel de Montaigne participó como abogado del impostor, los testigos no se pusieron de acuerdo sobre quien de los dos era el verdadero Guerre y fueron necesarias pesquisas adicionales. Finalmente, Arnaud du Thil fue ahorcado frente a la casa de Martin Guerre. (About y Denis, 2011: 74; Davis, 1983).

La exigencia de paratexto en una experiencia inmersiva como la de Arnaud du Thil, requiere procedimientos de investigación y estructura argumental, además de técnicas performativas. Autores como María Rosell y Joaquín Álvarez Barrientos ya han subrayado pertinentemente la coincidencia creativa en la maquinaria operativa de la impostura social y la impostura literaria: “[...] en su trayectoria se combinan altas dosis de ingenio con aptitudes para el establecimiento de complicidades, para la falsificación documental y para la creación de una ‘ilusión de realidad’ convincente” (Rosell, 2015: 6; y Álvarez Barrientos, 2014). Rosell apunta directamente a la coincidencia de mecanismos entre el impostor y el artista, ya que ambos “necesitan mostrar que son capaces de dominar la delicada operación de fabricar la inautenticidad” (Rosell, 2012: 132).

El caso de du Thil no es ni mucho menos el único. La historia de los instrumentos de autoridad corre pareja a la historia de los sujetos que

pretenden escapar de ellos: la historia de la policía identitaria es paralela a la creatividad dedicada a evitarla. Ilse About y Vincent Denis han demostrado, por ejemplo, cómo la historia de los procedimientos de identificación de las personas encuentra su reflejo inverso en la evolución de las formas de escapismo y subversión de la identidad social asignada (About y Denis, 2011), que a menudo adquiere formatos de una complejidad analítica y performativa difícilmente no atribuibles a un espíritu que persigue la *Gesamtkunstwerk* u obra de arte total. ¿Cómo comprender a Mary Willcocks (nacida en Devonshire en 1791), quien se hizo pasar por una joven criada francesa llamada Caraboo y que acabó personificando a una princesa sumatra? ¿O al estadounidense Stanley Clifford Weyman, quien se establece como cónsul americano en Marruecos, y más tarde en Rumania, forjando papeles que le acreditan como abogado, como asesor militar, como médico en medio mundo? ¿cómo interpretar a Ferdinand Waldo Demara Jr., otro impostor estadounidense del siglo XX, cuando manifiesta en tono melancólico: “Cada vez que adopto una nueva identidad muere algo de mí, lo que queda de real dentro de mí”? (Schwartz, 1995: 67). ¿Qué otro criterio que no sea el de una performatividad estética puede aplicarse a figuras como Ignác Trebitsch, nacido en una familia judía húngara en 1879, quien a lo largo de su aventurosa vida fue misionero protestante, capellán anglicano, miembro del Parlamento de Darlington, político y espía de la extrema derecha alemana, colaborador nazi y abad budista, por ese orden? (Wasserstein, 1988) ¿No es precisamente el relato espejado de un número significativo de dirigentes nazis? Las “grandes” imposturas desvelan de forma descarnada los imaginarios sociales en los que se insertan, del mismo modo que utilizan conceptualizaciones, formatos y técnicas cuya exigencia de ilusión es máxima.

Domingo Badía, nacido en Barcelona en 1767, se hizo pasar por un noble sirio pero educado en Europa, de nombre Alí Bey el-Abbasí, durante un largo viaje por territorios magrebíes y árabes, haciendo en realidad de espía para Godoy, el primer ministro español. En 1814 publicó un relato de sus viajes. Al quedar expuesta la identidad real de Bey, Badía fue acusado en España de haberse

convertido parcialmente al Islam y de herejía, dado que había participado en numerosas ceremonias religiosas mahometanas. A fin de despejar dudas, justificó así la diferencia entre apariencia y verdad a la hora de “sentir” las oraciones al recitarlas: “Palabras y acciones [...] no tienen más valor que el de signos representativos de las ideas, faltando cuyo enlace, quedan reducidas a cero o a un nuevo mero movimiento del aire o del cuerpo sin relación” (Maturana, 2015: 225). El lugar del enlace entre el signo y lo real es el ámbito en el que se mueve la impostura, del mismo modo que lo hace el lenguaje, articulando el sentido de las palabras como si fueran personajes. En 2014, un falso cortejo nupcial creado por un periodista y un cineasta italianos y un escritor sirio-palestino contribuyó a otro enlace, a hacer pasar a cinco refugiados sirios los controles fronterizos europeos (Paone, 2014).

La interpretación de la impostura como arte nunca ha sido un tema menor. El escritor alemán Thomas Mann dio sugerentes pistas sobre la cuestión en su última novela inacabada, *Confesiones del estafador Félix Krull*, publicada en 1954, un año antes de morir (Mann, 2012). El texto nació de la voluntad de Mann de parodiar la pomposa autobiografía de Goethe titulada *De mi vida: Poesía y verdad* (1811-1833). El protagonista de la novela (narrada en primera persona) es Félix Krull, el joven hijo de un modesto productor de vino de Renania cuyos negocios no van bien y sufre de severas depresiones. Félix, dotado de un gran encanto personal, se traslada a París en donde encuentra trabajo de ascensorista y luego de camarero en un hotel de lujo. Gracias a sus habilidades para la observación, el disimulo y el camuflaje, comienza a fingir en su tiempo libre que pertenece a un clase social superior. Al poco tiempo, traba amistad con un marqués francés que aprecia los elegantes modales de Félix. El marqués está enamorado de una chica de menor condición social pero sufre la férrea oposición de sus padres a la relación, hasta el punto de que éstos le amenazan con desheredarlo. Los padres sugieren al hijo que realice un viaje por el mundo, con la esperanza de que se olvide de la chica. Por ello, el marqués solicita a Félix que se haga pasar por él, que realice el viaje aparentando ser él, visitando a los amigos de la familia y enviando

regularmente cartas a los padres imitando su propia escritura. El marqués, por su parte, se quedaría en París viviendo en secreto con su amada. Félix acepta la propuesta, trasladándose en primer lugar a Lisboa a fin de visitar a un paleontólogo, viejo amigo de la familia, consiguiendo enamorar a la hija y seducir a la esposa.

La novela estuvo inspirada en la figura del rumano Georges Manolescu, cuyas memorias fueron publicadas en alemán en 1905. Manulescu, travestido de aristócrata, frecuentó grandes hoteles y balnearios europeos, dedicándose a engañar a sus administradores y huéspedes y a robar joyas. Mann presenta el asunto con una indudable voluntad de reflexionar sobre las concomitancias entre impostura y creación artística: la estafa se presenta como la actividad artística por excelencia, exenta de toda consideración negativa o reprochable. Cierto es que Mann distingue entre el estafador de profesión, que busca un mero lucro y provecho material, y aquellos que hacen de la impostura un acto de “grandeza”. Dice Krull en un pasaje:

Según mi teoría, todo engaño en el que no subyace alguna forma de verdad superior y que, por lo tanto, no es más que una pura mentira resultará burdo, imperfecto y fácil de detectar por cualquiera. Sólo tiene posibilidades de éxito y de verdadera repercusión entre los hombres aquel engaño que ni siquiera merece el nombre de engaño, sino que es, en el fondo, la presentación de una verdad, una verdad que vive pero todavía no ha entrado del todo en el terreno de lo real, con aquellas características materiales necesarias para ser reconocida y apreciada como tal por el mundo (Mann, 2012: 75).

Para Krull, la impostura no es un mero papel teatral, sino la forma de revelar (y rebelar) su propio destino exponiendo la ilusiones de un sistema que no tiene valores objetivos y que deja una única salida radical: vivir la plena subjetividad sin cortapisas, no participando de la realidad tal y cómo es dada sistémicamente, sino pergeñando una nueva que haga posible la libertad. Krull, tras robar un día unos chocolates y ponerlos en la mesa de su casa, dice: “No fue el placer de saborearlos lo que me llenó de satisfacción, sino el hecho de

contemplantos como si fueran objetos soñados, que había podido salvar trasladándolos a la esfera de la realidad”. Los llama “senderos laterales” (Mann, 2012: 44). Para adquirir pleno sentido creativo, la estafa debe adquirir una forma de universo, debe conformar un todo, un paratexto general: “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”, dice Krull (Mann, 2012: 89). Para Mann, en este sentido, la estafa puede suponer un estilo de vida de moralidad irreprochable.

El crítico literario Roman Karst, al analizar la novela, habló de la impostura de Krull en términos de “vocación artística”: “ejerce su arte por amor al arte” (Karst, 1974: 434). A su juicio, “Krull, un maestro de la apariencia [...] cuestiona la posibilidad de toda existencia -al menos de una existencia feliz- que no pertenezca a la esfera de la ilusión y el engaño” (Karst, 1974: 435-436). Karst no dejó de subrayar el constante interés que la obra de Mann despliega por manifestar una concepción del arte cuya moralidad no reside en el uso de un instrumental de carácter ético, sino en la capacidad de revelar eventualmente el poder del arte para sustraerse a la *doxa*, recordando que en obras como *Faustus* (1947), Mann diluía las fronteras entre el artista y el asesino (Karst, 1974: 442).

#### 1.4.2- HISTORIA, RELATO Y OBJETIVIDAD

“Las ‘tradiciones’ que parecen o reclaman ser antiguas son a menudo bastante recientes en su origen, y a veces inventadas” (Hobsbawm y Ranger, 2002: 7). Para los autores de este texto ya clásico, *La invención de la tradición* – publicado originalmente en 1983-, la “tradición inventada” implica un “grupo de prácticas, normalmente gobernadas por reglas aceptadas abierta o tácitamente y de naturaleza simbólica o ritual, que buscan inculcar determinados valores o normas de comportamiento por medio de su repetición, lo cual implica automáticamente continuidad con el pasado” (Hobsbawm y Ranger, 2002: 8).

En la repetición reside la *doxa*, la opinión común, el suelo sobre el que se construye una comunidad del sentido histórico. Una sociedad sin relato no puede constituirse a sí misma de forma consistente y homogénea: “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” (Barraclough, 1956: 24-25; sobre falacias históricas desde un punto de vista teórico, ver también Fritze, 2010).

Aunque ya ha sido demostrado cómo las ficciones históricas comenzaron casi con la escritura, como se observa en el *Poema de Gilgamesh* (2500-2000 aC) (Bowersock, 1995), fue indudablemente en el siglo XIX cuando el debate se forjó como teoría, bajo el impulso constructivo del estado-nación. En la competición de identidades nacionales en formato de marca que entonces se produjo, la re-construcción de los orígenes nacionales conllevó la re-creación de multitudes de tradiciones, fuentes y recursos legitimadores. La identidad nacional se forjó a través de unos estilos y patrimonios que alargaban aparentemente su sombra hasta tiempos remotos. El barroco, por ejemplo, se convirtió en el estilo sustantivo de España y de América Latina, que llegaba a ser apreciable desde la “trascendencia” aportada por Hispania al imperio romano (ver Marzo, 2011). El románico definía la esencia de la nación catalana, sin florituras barrocas, adusto y concentrado. Así lo pensaba el poeta Joan Maragall al ver las iglesias calcinadas de Barcelona durante la Setmana Tràgica (1909) (Benet, 1963). Arquitectos como Viollet le Duc en Francia, o August Reichensperger en Alemania se dedicaron a “preservar” los entornos góticos urbanos mediante la reconstrucción de aquellos elementos “que les faltaba para alcanzar el modelo perfecto” (Lewis, 1993: 74; y Hernández, 2007). El barrio gótico de Barcelona fue en realidad un proyecto romántico del arquitecto Josep Puig i Cadafalch, que se ejecutaría a través del Plan Baixeras a partir de 1907 (Cócola, 2011).

Multitud de tradiciones populares (folclore) son el resultado de lecturas políticas sobre la noción del “pueblo” durante el siglo XX, cuyas esencias transmiten los

orígenes míticos de una sociedad. Muchas de ellas son simples invenciones basadas en borrosas costumbres de antaño. Richard Dorson las denominó *fakelore* en su ya célebre trabajo sobre la actitud del etnólogo al interpretar ciertas tradiciones (Dorson, 1976). La literatura académica acerca del uso de lo “popular” como instrumento de legitimidad política es ingente y no es necesario referenciarla aquí. Si acaso, cabe recordar lo señalado por Tzvetan Todorov respecto a la poca importancia de la realidad de los mitos históricos puesto de lo que estos hablan es de a quien convienen en el presente: “La recepción de los enunciados es más reveladora, para la historia de las ideologías, que su producción, y cuando un autor se equivoca o miente, su texto no es menos significativo que cuando dice la verdad; lo importante es que la recepción del texto sea posible para los contemporáneos, o que así lo haya creído su productor. Desde este punto de vista, el concepto de ‘falso’ no es pertinente” (Todorov, 1987: 60).

Ciertamente se puede rastrear un buen número de casos de falsificación documental durante periodos anteriores al Romanticismo. Así, por ejemplo, Álvarez Barrientos cuenta cómo, durante el Antiguo Régimen, las falsificaciones estaban bien inscritas en la historia de las ciudades y de las iglesias locales, ya que era habitual contrahacer derechos de tierras, de propiedad, cobros de impuestos, etc., mediante la forja de documentos genealógicos que daban legitimidad a muchos usurpadores, normalmente terratenientes. Se trataba de falsificaciones destinadas a legitimar órdenes políticos, económicos y sociales (Álvarez Barrientos, 2014: 17). Se estima que dos tercios de los documentos eclesiásticos existentes de antes del año 1100 son, en parte, falsificaciones posteriores (Schwartz, 1996: 219-220). Ya hemos visto también los casos relatados por Maria Rosell de Acusilao de Argos (siglo V aC), y el de Ctesias de Cnido (siglo VI aC).

En los siglos XV y XVI, el interés renacentista por todo lo que procediera de la antigüedad conllevó el auge paralelo de todo un universo de falsificadores que proporcionaron a diletantes, coleccionistas y príncipes los materiales que tanto

anhelaban: desde epigrafía a numismática, desde textos literarios a esculturas (González y Carbonell, 2012; Rowland, 2004). En este último formato, encontramos a artistas ilustres como Miguel Ángel, quien falsificó obras de otros artistas coetáneos pero también de la Antigüedad (Jones, Craddock y Barker, 1990). Al mismo tiempo, aparecen por entonces numerosos proyectos de contrahechura histórico-filológica cuya intención es fortalecer determinadas genealogías políticas. Entre estos proyectos, cabe destacar dos de los más estudiados por la literatura académica: el de los Plomos del Sacromonte, y el de Annio de Viterbo.

El caso de los Plomos del Sacromonte es notable. Los *Plomos* son 223 planchas circulares de plomo grabadas con dibujos indescifrables y textos en latín y árabe, desenterrados en Granada entre 1595 y 1599, y que fueron interpretados como el Quinto Evangelio revelado por la Virgen en árabe para ser divulgado en España. Parece ser que fueron contrahechos por moriscos de alta posición social con la intención de sincretizar la cultura islámica con la cristiana como forma de paliar la censura, prohibición y castigo de las prácticas musulmanas (Harris, 2007).

El segundo es especialmente relevante por haber desplegado prácticamente una teoría sobre la necesidad del paratexto a la hora de generar consistencia en la redacción histórica. Annio de Viterbo escribió un conjunto de libros en 1498, el *Auctores vetustissimi...*, dedicados a los Reyes Católicos, con el objetivo de andamiar algunas ideas que en aquellos momentos interesaban a la monarquía hispana. En ellos, expuso una nueva historia de los tiempos anteriores y posteriores al Diluvio sirviéndose de textos descubiertos por él y por él comentados, utilizando noticias auténticas y citas de la Biblia. Aunque falsificador, hay autores que lo consideran pionero en crear normas para discriminar lo espurio de lo auténtico en el relato histórico: “Su trabajo es de una coherencia absoluta y las fuentes, inventadas o no, justifican cuanto escribe mediante un sistema de referencias cruzadas, de manera que, si en un autor hay una laguna, otro viene a colmarla. Por su forma de trabajar, el de

Viterbo aparece como un historiador moderno crítico, práctico en el uso de las fuentes, que cita de primera mano y compara; experto en archivos y con conocimientos lingüísticos, epigráficos y arqueológicos” (Álvarez Barrientos, 2014: 60). Julio Caro Baroja apuntó que la grandeza metodológica de personajes como Annio de Viterbo consistió en presentar las conjeturas como un medio científico de análisis, algo que no haría un simple falsificador: “La diferencia entre erudito y falsario no está en el intento de probar algo, sino en el modo de hacerlo, que es conjetural en el primero y categórico en el segundo. Es el carácter tajante de la prueba lo que la hace sospechosa” (Caro Baroja, 1992, 68-69).

No obstante, la impostura histórica previa al siglo XVIII, dejando de lado la interesante casuística existente, nunca se formalizó como un *rasgo* consciente de la reflexión cultural de su tiempo. Como veremos al tratar sobre la heteronimia, la construcción romántica del *autor* produjo unas líneas más gruesas en el paisaje de la autenticidad que tradicionalmente habían estado diluidas en el marco de ejercicios de *imitación* (Castellanos, 1993: 160). La conciencia sobre la autenticidad y la falsedad textual, aunque penada esta última por la ley desde tiempos antiguos, no conocía las restricciones disciplinares posteriormente adoptadas por la división de competencias culturales. Estas restricciones pasan por la institución de formatos como la nota al pie de página, que designará a la autoridad académica mediante un código preciso. Leopold von Ranke (1795-1886), considerado el padre de la historia científica, y que difundirá la nota al pie por todas las academias europeas, creía que un historiador sólo debe explorar y explotar las fuentes históricas primarias, por lo que la cita da *fe* de ese origen (Grafton, 2015; Pron, 2016). Este tipo de formatos que pretenden transmitir certeza y veracidad acabarán pronto siendo monopolizados por la comunicación científica en una clara actitud de conciencia competencial, con objetivos y responsabilidades definidas.

Será precisamente el monopolio de los formatos y relatos objetivistas de autoridad científica y su configuración como lenguaje infalibilista el que pondrá

las bases para una genealogía de la falacia científica, que mediante el uso simulado de pertrechos de observación, análisis y resultados promoverá no pocas imposturas en el ámbito académico, cuestionando a menudo los procedimientos supuestamente a-literarios de la textualidad científica (Wade y Broad, 1983; Freeland, 2006; Fritze, 2010). Hay cientos de casos. Son conocidos, por poner algunos ejemplos, los casos de Cyril Burt (1883-1971), psicólogo inglés que falsificó los datos de sus observaciones para probar su teoría de la heredabilidad de la inteligencia; de Elias Alsbati, quien durante los años 1970 inundó las revistas científicas de artículos sobre la investigación del cáncer, siendo todo una impostura; o del “Hombre de Piltdown”, uno de los más famosos fraudes en la historia de la paleoantropología, basado en la presentación de unos restos óseos “descubiertos” en 1908 en un pueblo de Inglaterra y cuya investigación determinó que se trataba del hallazgo del “eslabón perdido”, hasta que se descubrió que todo había sido un montaje y que los huesos eran de un orangután. No en vano, esa monopolización de los sistemas de veridicción científicos servirá de acicate para que numerosas prácticas de veroficción contemporáneas (CE 5, 7, 27, 29, 31, 32, 45) se sirvan de la vestimenta académica ya sea para transmitir veracidad en sus proyectos, bien para burlarse de la credulidad que despiertan (Fontcuberta, 2016). Una cuestión sobre la que ahondamos al tratar el uso del paratexto en las exposiciones *fake*.

La literatura y el ensayo, por su parte, hará notable uso de paratexto como la cita, las conclusiones o la bibliografía, a menudo como herramientas de ironía, creando un gran caldo de cultivo para que surja todo tipo de juegos de engaño literarios. Precisamente, la hipoteca que se impone sobre la literatura por efecto de la aparición de los formatos comentados, provocará que una parte relevante de la modernidad literaria explore con determinación los textos históricos, enciclopédicos, de viajes o científicos escritos hasta el siglo XVIII, cuando el rigor operaba en coordenadas diferentes, no menos paratextuales, pero ofrecía muchas opciones a la *inventiva*. La literatura de ciencia ficción, de viajes o de compendio descansa en esas premisas. Fue esa condición híbrida entre rigor

histórico y licencia narrativa la que algunos literatos románticos y modernos investiguen paródicamente *en acción*. Recordemos brevemente las obras de Gustave Flaubert, en especial *Bouvard y Pecuchet* (1881) y el *Diccionario de las ideas recibidas o Catálogo de las opiniones elegantes* (1913), Ambrose Bierce (*The Devil's Dictionary*, 1911), Jorge Luis Borges (*Tlön, Uqbar, Orbis Tertius*, 1940), Luigi Serafini (*Codex Serpahinianus*, 1981) o Milorad Pavic (*The Dictionary of the Khazars*, 1984); todas ellas inteligentes e incisivas ficciones que juegan con su verosimilitud académica.

Fue, por consiguiente, en el ambiente romántico de finales del siglo XVIII y en el siglo XIX, cada vez más obsesionado por cultivar el renacimiento de las viejas esencias nacionales, cuando proliferó un *cuero* de falsificaciones históricas que se sirvieron de medios literarios para llevarlas a cabo. Todos los grandes estudios sobre la falsificación durante el periodo romántico coinciden en señalar que la impostura histórico-literaria crece de la mano de la modernidad literaria (Dorson, 1976; Lowenthal, 1985; Ruthven, 2001; Grafton, 2001; Hobsbawm y Ranger, 2002; Russett, 2006). La factura literaria es significativa en este sentido, porque nos ofrece pistas sobre la importancia de tejer todo un conjunto de meta-referencias que no sólo dote al producto de una solidez histórica o filológica sino que lo proyecte en un futuro que sea capaz de dialogar con él.

Entre ese *cuero* de manufacturas histórico-literarias destacan casos que acabarán ejerciendo una notable influencia posterior. En la Gran Bretaña, destacan el escocés James Macpherson (1736-1796) y el inglés Thomas Chatterton (1752-1770). En Checoslovaquia, surgieron poco después las figuras de Václav Hanka (1791-1861) y Josef Linda (1789-1834). Todos ellos responderán a las mismas pulsiones sobre la exploración de las fuentes creativas e históricas nacionales, que fijaron en el mundo medieval.

En 1760, Macpherson manifestó haber traducido del gaélico un conjunto de antiguos poemas escoceses que había encontrado, y que publicó bajo el título

de *Fragments of Ancient Poetry collected in the Highlands of Scotland*. Durante cinco años fue hallando más poemas, en concreto de un bardo celta del siglo III llamado Ossian, que había escrito varios poemas épicos. En 1765, Macpherson publicó, traducidos de su mano, las obras completas de Ossian. Pronto se levantó controversia entre los medievalistas a causa de ciertas disparidades en varios elementos estilísticos, históricos y lingüísticos. Tampoco ayudó a la credibilidad el hecho de que Macpherson nunca quisiera mostrar los manuscritos originales. Paralelamente, algunos intelectuales irlandeses pusieron el grito en el cielo porque interpretaron que se trataba de una operación política escocesa para asimilar sus propias tradiciones culturales. El crítico literario Samuel Johnson pareció cerrar el caso en 1775 al establecer que los poemas eran una mixtificación de Macpherson de textos originales y de textos propios. A pesar de todo ello, la influencia de los poemas de Ossian fue enorme en el circuito literario del romanticismo europeo. Escritores como Walter Scott, Goethe (que traducirá la obra al alemán), Lord Byron o José Espronceda se dejaron seducir por la fuerza de quien fue considerado el “Homero medieval” (sobre Macpherson, ver Ruthven, 2001; Grafton, 2001; Gaskill, 2002). La *inteligencia* de una falsificación como la de Macpherson radica en la capacidad de cartografiar la sensibilidad de una época, su *zeitgeist*, puesto que, aún siendo de naturaleza espuria, anima y agita los fantasmas creativos e imaginativos de una generación.

El caso de Thomas Chatterton es similar al de Macpherson, pero se distingue en el primero una voluntad heterónima de más profundidad, acercándole a una concepción literaria moderna (y trágica), en la que los diversos sujetos creativos dialogan entre sí para componer un paisaje de una riqueza y tensión inusitadas. A los once años, Chatterton compuso la égloga *Eleonure y Juga*. Le creyeron cuando manifestó que se trataba de un viejo manuscrito del siglo XV. Su autor –precisó Thomas– era un monje medieval llamado Thomas Rowley. Más adelante, realizó una genealogía familiar para un noble que abarcaba “desde la Conquista normanda hasta nuestros días”, con todo tipo de referencias y notas cruzadas entre autoridades y libros inexistentes. En su

corta vida, Chatterton llevó a cabo numerosas heteronimias, que compusieron poemas, baladas, genealogías, biografías y autobiografías, piezas periodísticas y teatrales, sátiras. Los hizo conocerse mutuamente, escribirse cartas, editarse, anotarse y traducirse entre ellos (Grafton, 2001).

El fervor nacionalista checo de principios del XIX creó también un entorno idóneo para que intelectuales y académicos se dedicaran a escribir relatos acordes a los mitos que instrumentalizaban. Las imposturas se convirtieron en parte importante de la construcción narrativa de la historia checa; narrativa, tanto en el sentido de escribir hechos históricos como de sus efectos en la literatura del país.

En 1816, el escritor Josef Linda manifestó haber encontrado el manuscrito medieval de la “Canción de Vyšehrad” (nombre de un antiguo castillo a orillas del río Moldava) en el lomo de un libro de su colección. Un año más tarde, el filólogo Václav Hanka anunció el descubrimiento en la torre de una iglesia sobre el río Elba de manuscritos de un poeta bohemio de los siglos XIII y XIV. En 1818, otro especialista llamado Josef Kovar encontró un nuevo texto manuscrito en el castillo de Grünberg, siendo en este caso un poema atribuible a un autor del siglo IX que vivía en Zelená hora, la iglesia emblemática del santo checo San Juan Nepomuceno. Por casualidad, en el reverso de este documento apareció una versión aún más antigua de un poema del autor descubierto por Hanka. En 1818, estos convincentes documentos fueron presentados en la mesa del Alto Burgrave, el Conde Kolovrat Libstejnsky, a fin de explotar ciertos efectos políticos, ya que relegaba a las versiones alemanas existentes a ser meras traducciones del checo. Poco más tarde, diversas canciones checas compuestas por el Rey Vaclav (siglo X) fueron descubiertas en un museo, así como se logró rescatar del olvido unos comentarios “patrióticos” aparecidos dentro del *Mater Verborum*, uno de los códices románicos más notables, escrito e ilustrado en Bohemia en la primera mitad del siglo XIII. También aparecieron monedas de la Alta Edad Media acuñadas con inscripciones eslavas.

Enseguida surgieron sospechas sobre la autenticidad de los documentos, siendo denunciados por algunos filólogos. Pronto se supo, por ejemplo, que Josef Kovar no era más que un personaje inventado por Václav Hanka y Josef Linda. Lo más notable del asunto es el tratamiento que a estos casos se les dio por parte de la *intelligentsia* checa posterior. Mientras Hanka y Linda fueron relegados a los márgenes de la historia literaria checa por “falsificadores”, en cambio, sus obras falsificadas fueron incorporadas al canon de la literatura nacional. Se produjo una separación entre autores y obras, descargando así la impostura sobre la autoría y permitiendo que los manuscritos vivieran hasta cierto punto incólumes. Y todo ello, debido a la gran influencia que aquellos manuscritos imprimieron al desarrollo de la literatura checa, que descubrió en ellos los elementos fundacionales y estilísticos desde los que partir para una plena actualización romántica y moderna (sobre este caso, ver Macura, 2010; y Cooper, 2012).

Ruthven ha hecho notar cómo hacia 1760 se constituyó en Europa el núcleo del que emergería la categoría de “genio original”, precisamente a través de figuras impostoras de la historia literaria que reconocían la fuerza del sujeto creador, aún a expensas de su falsificación: “Si la falsificación siempre ha obsesionado a la literatura, ¿por qué parece florecer la falsificación en periodos particulares? ¿Cómo explicar el florecimiento de la falsificación literaria a finales del siglo XVIII y principios del XIX, el periodo del auge del romanticismo? Sugiero que en parte esto es efecto de la fundamental redefinición de la literatura en el romanticismo, su redefinición de la creatividad, de la relación entre el autor y el lector, y de la naturaleza y continuidad de la tradición” (Ruthven, 2001: 8).

La literatura en lengua castellana también se dejará seducir por los cantos de una idealización, cuando no falsificación, del pasado. El ejemplo de la obra del venezolano Rafael Bolívar Coronado (1884-1924) es paradigmática en este sentido. En 1916, Bolívar Coronado partió hacia España donde trabajó en la Editorial América y sirvió de secretario al poeta español Francisco Villaespesa. Durante su trabajo en la editorial, se le encargó la transcripción de manuscritos relacionados con la conquista y colonización americanas que se encontraran

archivados en la Biblioteca Nacional de Madrid. Aunque Bolívar Coronado nunca visitó la biblioteca, llegó a entregar cinco supuestas crónicas para su publicación, firmadas por fray Nemesio de la Concepción Zapata, Maestro Juan de Ocampo, F. Salcedo Ordóñez, Diego Albéniz de la Cerrada y Mateo Montalvo de Jarama. Tiempo después, Vicente Lecuna, el creador del culto a Simón Bolívar, observó que ciertos elementos léxicos y de redacción no podían haber sido conocidos en la época en la que fueron aparentemente escritos los manuscritos. Lecuna dio aviso del hallazgo a Rufino Blanco Fombona, director de la editorial. Cuando éste fue a cotejar los libros publicados con los originales de la Biblioteca Nacional madrileña, cuál no sería su sorpresa al darse cuenta de que dichos folios nunca existieron. Blanco Fombona comenzó a revisar otros títulos de su editorial, encontrando que *El Llanero. Un estudio sociológico* de Daniel Mendoza, *Letras españolas, primera mitad del siglo XIX* de Rafael María Baralt, *Obras científicas* de Agustín Codazzi, entre otras tantas, eran fabulaciones de Bolívar Coronado, quien a lo largo de su vida, llegaría a utilizar más de seiscientos seudónimos, diseminados la mayoría por la prensa de la época, causando aún hoy día problemas de crítica e historia literarias (Rojas Ajmad, 2010: 154-155; Calvo Maturana, 2015: 18; Castellanos, 1993).

La contrahechura histórica también manifestó su potencial *maldito* mediante la construcción de mitos políticos que proyectarían largas sombras en el futuro, condicionando inefablemente ciertas interpretaciones culturales. El caso más flagrante es el de los “Protocolos de los Sabios de Sión”: la ficción de una reunión de judíos que planeaban dominar el mundo, publicada por el servicio secreto zarista (Ojrana) en 1902 a partir de una secuencia de adaptaciones que partieron de dos textos (la novela *Biarritz* de Hermann Goedsche, de 1868, y un escrito contrario a Napoleón III de Maurice Joly, de 1864). Los “Protocolos de Sión”, aunque contestados reiteradamente como una burda falsificación, sirvieron de coartada para los nazis a la hora de ejecutar el Holocausto. De hecho, sigue habiendo mucha gente que mantiene su credibilidad sobre la autenticidad de aquellos documentos (Ruiz-Domènec, 2008: 27).

Por último, entre la literatura considerada científica a caballo entre el siglo XVIII y el XIX pero que se permitía un alto grado de licencia narrativa se encuentran los relatos de viajes, que aunaban dispositivos de rigor científico (naturalismo, geografía, geología, historia, y etnología) con una disposición al exotismo, la aventura y la memoria personal. Entre los numerosos ejemplos de falsificaciones en la literatura científica de viaje, cabe destacar a los franceses George Psalmanazar (1679-1763) y François Depons (1751-1812). Psalmanazar manifestó ser el primer nativo de Formosa (hoy Taiwan) en visitar Europa. Durante algunos años convenció a muchos en la Gran Bretaña, aunque más tarde se expuso su impostura. En 1704, Psalmanazar publicó un libro titulado *An Historical and Geographical Description of Formosa, an Island subject to the Emperor of Japan* en el que describía con gran lujo de detalles las costumbres de la isla, su geografía y economía política, su alfabeto y lengua (siendo el primer ejemplo de un idioma “construido”); todo ello, nada más que fruto de su mera imaginación. Los hechos referidos en el libro eran un pastiche de otros informes de viajes que Psalmanazar “embelleció”. Sus informes fueron tan convincentes entre los gramáticos alemanes que éstos incluyeron ejemplos del llamado “alfabeto de Formosa” en libros que trataban cuestiones de traducción, incluso mucho después de que su falsificación fuera revelada (Adams, 1962; Keevak, 2004).

Por su parte, François Depons fue un jurista que publicó en París su *Viaje a la parte oriental de Tierra Firme en la América Meridional*, donde recogía los datos obtenidos durante su periplo por la Capitanía General de Venezuela (Virreinato de Nueva Granada) entre 1801 y 1804. El libro, que tuvo una excelente acogida, fue traducido inmediatamente al inglés y al alemán, y se convirtió en la obra de referencia sobre el tema hasta la publicación de la *Relation historique* de Humboldt (1814), sirviéndole al autor para ingresar en la Sociedad Académica de Ciencias francesa. Depons ofrecía detalladas descripciones de los territorios venezolanos y se atrevía a rebatir lo dicho por autores previos. Años más tarde, en 1827, el intelectual Andrés Bello descubrió que Depons no había salido nunca de Caracas (Calvo Maturana, 2015: 17-18).



## **CAPÍTULO 2. REGÍMENES DE VERDAD**

---



## 2.1- EL CONTRATO DE 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 -como Alicia (*alétheia*) en el País de las Maravillas-, 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, fluido 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” (Barthes, 2004: 65). 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” (Birulés, 2014: 15).

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 (Greimas, 1983). 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. 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 (fig.2):

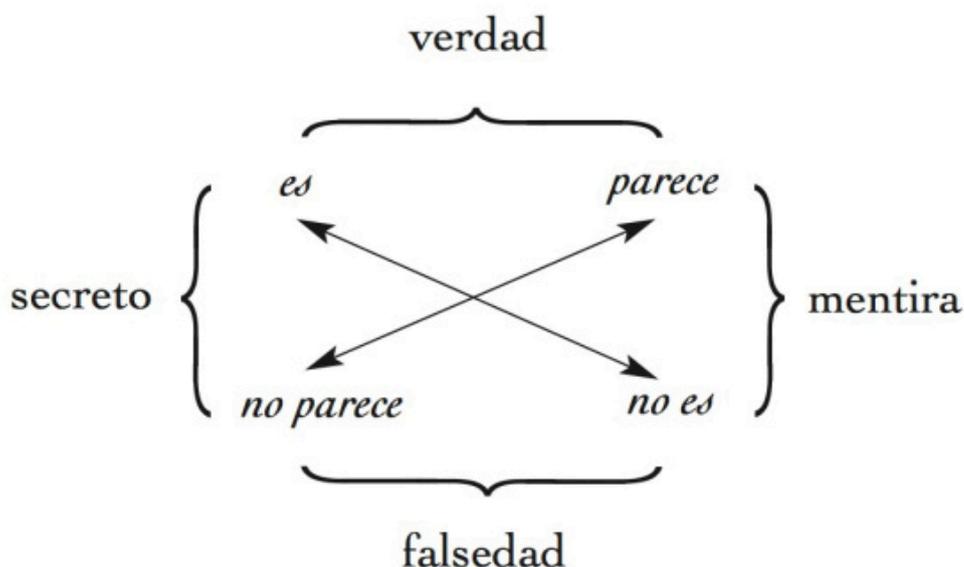


Fig. 2. A. Greimas: esquema del “contrato de veridicción”

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 (Foucault, 2003: 32).

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 poética y retóricamente y 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 (Williams, 2006: 27).

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 (Nicolás y Frápoli, 1997: 454).

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” (Certeau 1999: 21). 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” (Barthes, 1966: 47).

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 (Kuhn, 2006). La verdad descansaría en su mayor parte sobre un sistema de crédito en un marco determinado. La verdad sería como una concesión del sistema: algo es verdadero hasta que se demuestra lo contrario, como ocurre en un juzgado. En los años 1970, numerosos filósofos franceses, con Michel Foucault entre ellos, expusieron cómo es el mundo bajo ese nuevo dictado, en el marco de la lógica que imponen nuevas relaciones de autoridad que ya no son verticales y que buscan reunir legitimidad social en la *doxa*, gracias a su capacidad para producir valor. Foucault percibía el espacio de veridicción como “un tribunal permanentemente dedicado a ver el *verdadero* valor de las cosas y a traducirlo en un precio que tenga demanda”, lo que llama una “máquina óptica perfecta, a la que toda lógica de inversión entrega su confianza” (Comeron, 2014: 67). Ecos contemporáneos de aquel despertar a la contramodernidad de Nietzsche en 1886: “No hay fenómenos morales, no hay más que interpretaciones morales de los fenómenos” (Nietzsche, 2016: 108): no hay falsedades, sólo mentiras.

La veridicción es, en realidad, el aparato que discierne lo verosímil, aquello potencialmente posible de ser creído: es una infraestructura poco inocente, por supuesto. Lo verosímil no es otra cosa que una articulación de sinceridades y autoridades, una “pretensión de validez” (Habermas) con una genealogía propia que hace posible su apariencia de realidad (Habermas, 1973). Tzvetan Todorov recuerda que para Córax de Siracusa, analista de la elocuencia y la persuasión del siglo V a. C., lo verosímil no tenía una relación con lo real o lo verdadero, sino con lo que la mayoría de la gente cree que es lo real, dicho de otro modo, con la opinión pública, la *doxa* (Todorov, 1972: 12). 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

concierno, la problemática de lo verdadero y lo falso no le atañe” (Kristeva, 1972: 75). 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 eximirla de atender a la realidad. La exploración de la veridicción atañe 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 (Brusadin, 2015: 243). 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” (Baena, 2007: 33). 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 (Rancière, 1992). Lo singular de las operaciones de ficcionalidad infiltrada es que, en vez de preocuparse únicamente por confirmar o negar los fenómenos particulares de sinceridad, se preguntan también por las condiciones generales en las que surge el espacio de veridicción que hace posible la sinceridad y la confianza. Si la sinceridad es el esfuerzo por conseguir la veracidad, será en la sinceridad en dónde

producirse el sabotaje revelador. En esto, Boris Groys o Eliseo Verón aciertan en su diagnóstico al analizar la fenomenología de la sospecha en términos de “confianzas” y no de “certezas” (Groys, 2008; Verón, 2000).

### 2.1.1- 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 (Selma, 1996: 165). 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 emerger “la parcialidad de lo que por muchos siglos la filosofía consideró la esencia de la *humanitas*” (Vattimo, 2010: 104-105). 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 el positivismo) puede determinar el advenimiento de una sociedad de la organización total en la que el Estado ético pretenda poder decidir cual es el verdadero bien de los ciudadanos, incluso contra su opinión (Ver Vattimo, 2010: 13).

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” (Josipovici, 1999: 24). Sostenía 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 *apriori* histórico de una experiencia posible (Morey, 1996: 26).

Sin embargo, Boris Groys, en *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios* (Groys, 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 fronteras 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” (Groys, 2000: 43-51). 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.

### 2.1.2- 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 lo ventajoso en el modo de conducirnos. Bertrand Russell expuso así el punto de vista de otro de sus promotores, William James: “Si, 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” (Russell, 1968: 114-115). 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 verificarse su verificación. Su validez es el proceso de su validación (James, 1980: 29-30).

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 (Engel, 2008: 80).

¿Dónde radica la paradójica 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 (James, 1980: 88-89).

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 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 validarse- en el propio *hacerse*, 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 obsolescente y antiautoritaria? ¿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?

Viviríamos, 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

(Vattimo, 2010: 9), 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 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” (Vattimo, 2010: 30). Esto define con bastante propiedad 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 subrepticamente 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 (Certeau, 1999: 24).

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” (Fraj, 2015: 129). En pocas palabras, Berardi defiende la necesidad y potencialidad de una república de *phántasmas*.

## **2.2- TÉRMINOS PARA UNA HERMENÉUTICA DE LA POS-VERDAD**

El análisis del auge de la desinformación en el espacio público tiene facetas e implicaciones instrumentales complejas que hay que tener presente desde el primer momento. El hecho de que el debate sobre la cuestión haya cobrado mayor protagonismo –también, como vemos, en el arte- indica el malestar ante la desorientación que produce, y debería servir de coartada para rechazar planteamientos apriorísticos sobre la situación moral del cuerpo social. No es un problema de enfermedad social. La *querelle* sobre el espacio de veridicción no pivota sobre cuestiones de moralidad social o cultural, sino sobre los marcos interpretativos –muy automatizados- a través de los cuales establecemos espacios especialmente pensados para “comunicar” de forma objetiva o de forma ficcionada. Ese marco está asociado al concepto de *frame* de la sociolingüística clásica (Goffman, 1974; Lakoff, 2004). Bani Brusadin ha señalado recientemente que la noción de *frame*, como Goffman indicaba, explica “el funcionamiento de herramientas automáticas de supervivencia en el caos contradictorio y cambiante de la vida cotidiana”, y que ése es precisamente el objetivo de las prácticas paraficticias activistas, a diferencia de las corporativas: “El cimiento del *fake* consiste básicamente en un trastorno del *frame*” (Brusadin, 2015: 68).

No obstante, el espacio de veridicción que está en transformación y discusión hoy hay que entenderlo más bien a la estela post-estructuralista de la idea de “aparato” o “dispositivo” (Foucault, 1976; Deleuze y Guattari, 1985; Agamben, 2009) que a la de un simple tejido de relaciones morales o políticas que se fabrica entre gobernantes y gobernados. En palabras de Foucault, un dispositivo es “un medio concreto por el cual las relaciones de poder coinciden con las relaciones de conocimiento con el fin de determinar lo que puede verse

y lo que puede decirse”. Esos medios son los que están en litigio, en fase de constituirse en marcos discursivos, si no lo han hecho ya.

El acelerado proceso de desintegración de los marcos de interpretación tradicionales de la veracidad informativa, con abundantes evidencias en los estudios sociológicos de campo (Masip, 2005), ha conducido a la necesidad de adoptar nuevos términos que hagan posible una mejor comprensión de los desplazamientos de sentido y de formato que se están produciendo. La irrupción de las redes sociales como plataformas comunicacionales del texto y la imagen ha alimentado si cabe más la sustitución del valor de “objetividad” como núcleo tradicional de la noticia pública (gestionada por medios de comunicación profesionales y con aparente compromiso deontológico -unos medios en clara desintegración estructural- ver Mitchell y Holcomb, 2016-) por el valor de la “sinceridad” y sus cualidades de inmediatez y registro. Parece haber un consenso acerca del hecho de que las herramientas adquiridas durante la era de la objetividad no sirven para designar nuevas semiosis de la verdad, que ya no se articulan a través de modos disciplinares clásicos, sino mediante espacios de veridicción con nuevas reglas.

*Truthiness*<sup>5</sup> es un neologismo inglés que denota la cualidad que caracteriza a una "verdad" que una persona que hace un argumento o afirmación pretende saber intuitivamente o porque "se siente bien" con ella sin tener en cuenta la evidencia, la lógica, el examen intelectual o los hechos. El término fue acuñado por el cómico televisivo estadounidense Stephen Colbert en 2005 para satirizar el mal uso de dispositivos retóricos y emocionales en el discurso sociopolítico contemporáneo, en especial el surgido durante los mandatos del Presidente George W. Bush (2001-2009). El término alcanzó notable repercusión social, especialmente en la academia y la prensa, y fue elegido en 2005 como palabra del año por The American Dialect Society y en 2006 por el diccionario Merriam-Webster. En opinión de Colbert, *truthiness* “es lo que tú quieres que sean los

---

<sup>5</sup> Término de difícil traducción al castellano. Derivado de *truthfulness* (veracidad), *truthiness* parece jugar con un sentido lúdico (*thin*, delgado) respecto a la fortaleza o plenitud (*ful*) de la apariencia de lo evidente.

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!” (Para ver diferentes argumentos sobre la contextualización del término, ver Willett, 2008; Colletta, 2009; Zimmer, 2010).

En 2016, la institución que gestiona el influyente The English Oxford Dictionary eligió el vocablo *post-truth* (pos-verdad) como el término del año. Según la institución, que lo trata como adjetivo, el término “denota circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal”. El término parece haber sido utilizado por primera vez con este sentido por el autor teatral serbio-americano Steve Tesich en 1992 en un ensayo en la revista *The Nation*, que trataba sobre el escándalo Irán-Contra y la primera Guerra del Golfo. Tesich lamentaba en el texto que “nosotros [los estadounidenses], como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en un mundo de la pos-verdad”. No obstante, Oxford subrayaba el impulso definitivo del vocablo gracias al “aumento significativo en la frecuencia de su uso este año [2016] en el contexto del referéndum británico sobre la permanencia en la Unión Europea y en las elecciones presidenciales en Estados Unidos. El término ha venido asociado sobre todo a un sustantivo particular: *post-truth politics* (política de la pos-verdad)”. Oxford citaba diversos artículos aparecidos en 2016 que recogían el uso del término, en concreto, uno del diario británico *The Independent*, publicado antes de las elecciones estadounidenses, en el que se apuntaba: “La verdad se ha devaluado tanto que ha pasado de ser el ideal del debate político a una moneda sin valor”, y otro de *The Economist*, titulado “El arte de la mentira”, en el que se decía que “[Donald] Trump es el principal exponente de la política de la pos-verdad, que se basa en frases que ‘se sienten verdaderas’, pero que no tienen ninguna base real” (Oxford, 2016; Flood, 2016).

Ciertamente, el año 2016 ha sido un periodo en el que las consideraciones sobre la veracidad de las informaciones transmitidas por los medios –en especial mediante el uso de las redes sociales- han traspasado los ámbitos políticos y académicos para formar parte sustancial de los propios contenidos de los medios de comunicación, a una escala global, en un intento de analizar las causas, efectos y soluciones de lo que podríamos llamar crisis sistémica de las condiciones de credibilidad comunicacional. Términos como pos-verdad, *fake* o infoxicación han agrandado el elenco tradicional de conceptos que definían la manipulación discursiva del relato político, como propaganda, falsificación o guerra psicológica. Los casos de la campaña electoral del candidato aparentemente anti-*establishment* Donald Trump a la Casa Blanca (Silverman y Alexander, 2016; Maheshwari, 2016; Elliott, 2016; Endres, 2016), de la campaña por el *Brexit* en la Gran Bretaña (Marco, 2016), o de la soterrada orquestación de desinformación masiva internacional emprendida por agencias vinculadas al Gobierno ruso (MacFarquhar, 2016; Doncel, 2016; Verhofstadt, 2017), han proporcionado recursos analíticos a fin de cartografiar tanto nuevas formas de verosimilitud como nuevos marcos emergentes de adscripción a la realidad por parte de las audiencias, adscritas a sistemas globales e interpersonales de comunicación; sistemas que, en poco tiempo, han pasado de ser incipientes a ser masivas, viendo peligrar su dominio en el mercado de la sinceridad y convirtiéndose al mismo tiempo en actores centrales de la disputa. El impacto de las redes sociales en la toma pública de decisiones políticas (tanto en la clase política como en la ciudadanía) ha sido tan notable, que numerosas empresas de servicios online -entre ellas Facebook y Google-, medios periodísticos de gran relieve y grandes magnates –como George Soros, Bill Gates o Pierre Omidyar- han comenzado a financiar el desarrollo de herramientas para detectar el origen de las fuentes y aplicar filtros de “veracidad” (Guillén, 2016; Dewey, 2016; Sarabia, 2016; Velázquez, 2016; Alandete, 2016).

Son numerosos los autores que antes que Oxford se han fijado en la genealogía y evolución de las condiciones que hacen posible una sociedad de

la pos-verdad. Un número importante de ellos han emplazado el problema en relación a los efectos producidos por una parte de las teorías de la escuela pragmatista y utilitarista (Keyes, 2004; Harsin, 2015; Hannan, 2016). Así, Hannan describe como las líneas de pensamiento del anti-filósofo Richard Rorty, uno de los fundadores del pragmatismo, han ejercido una gran influencia en el pensamiento social y político contemporáneo, al anteponer la libertad a la verdad a través de su apuesta por abandonar el compromiso con la objetividad (que considera una forma de servidumbre y obediencia “trascendentalista”) en favor de lo que él llamaba una “solidaridad social” de mínimos que opera solo entre los miembros de grupos que comparten semejanzas y objetivos comunes (Rorty, 1991).

Keyes plantea, por su parte, la cuestión de la “economía de la verdad”, la acusada tendencia del tardocapitalismo posmoderno a considerar los discursos como meros recursos mercantiles en busca de plusvalía. Para el autor, el problema radica en que una sociedad cuyas verdades “cotizan” en un mercado de valores, los enunciados se presentan e interpretan en clave de “disimulo” (*dissembling*), siempre reacios a fomentar juicios claros y tendentes a promover el engaño publicitario (*deception*). Los incentivos serían muchos y poca la penalización en la “mejora del relato” de la vida de cada uno. Keyes identifica el nuevo y importante papel de terapeutas, *entertainers*, políticos, académicos y abogados en la vida social y comunitaria proyectada por los medios como contribuidores netos de la era de la pos-verdad, en la que el relativismo ético, el narcisismo y el declive de las comunidades “dependientes” serían los motores de un relato radical de la emoción como vertebradora de “evidencias”. Harsin, por su parte, apunta además la constitución de una nueva “economía de la atención”, en la que los discursos han pasado a ser interpretados en clave de productos novedosos, fantasiosos y semióticamente llamativos sujetos a la ley de la obsolescencia. Un planteamiento paralelo al que asumen ciertas prácticas artísticas *fake* a través del análisis del *make-believe* (hacer creer, fingir, fantasear), pero que aquí nos interesa traer a colación en su sentido adoptado por la psicología, como juego de simulación con una forma poco estructurada

que generalmente incluye el juego de roles, la sustitución de objetos y el comportamiento no literal (sobre el sentido del *make-believe* en las prácticas artísticas, ver Lambert-Beatty, 2009).

Se hace necesario, al trazar la genealogía y evolución de la “economía de la verdad”, señalar las profundas relaciones subterráneas que surgen entre estas nuevas interpretaciones de la posverdad y el mito histórico del desengaño moral, cuyas raíces más sólidas aparecen en la época del barroco. Posiciones como las de los mencionados Keyes, Harsin, Hannan y otros, espejan un conjunto de instrumentos procedentes del cuerpo central de estudios académicos clásicos dedicados a analizar las tensiones entre libertad y verdad surgidas en la política, la literatura y el arte europeos desde finales del siglo XVI hasta principios del siglo XVIII. Las referencias post-maquiavélicas de autores como Juan de Borja (1533-1606) o Baltasar Gracián (1601-1658) -por poner dos ejemplos sobradamente conocidos- sobre el engaño y el desengaño en una vida social teatralizada y en continua “mudanza”, estaban preñadas de un inexorable pesimismo antropológico y social (Maravall, 1975), causado por la elevación de la mentira como arma de estado y del consiguiente utilitarismo del disfraz como instrumento de agresión, control, pero también de defensa en manos del gobernado. José Antonio Maravall exploró en su día cómo la política barroca movía al hombre, no convenciéndole demostrativamente, sino “afectándole”, de manera que fuera posible “aficionarle la voluntad” y conseguir su adhesión a una actitud determinada (Maravall, 1975: 444-445). Jean Rousset también señaló en 1953, al estudiar la literatura barroca, que en un mundo de perspectivas engañosas, de ilusiones y apariencias, se hizo necesario el disfraz tanto para llegar a ciertos “meollos” de verdad como para protegerse de ellos (Rousset, 1989: 408). A juicio tanto de Rosset como de Maravall, la verdad se ocultaba mediante técnicas de suspense y de distracción de carácter móvil y cambiante, subrayando lo inacabado, lo extraño y raro, lo nuevo y antes no visto; en definitiva, mediante técnicas de constante mutación de lo nuevo que darán pie a la constitución posterior del mito moderno de la novedad (y la verdad) obsolescente. Mientras Maravall señalará que

“universalizando la novedad, ésta pierde su virulencia”, Rousset recordará que fue privatizando la verdad cuando ésta procedió a ocultar su deslegitimidad. Fue Michel de Montaigne (1533-1592) quien definió la “verdad” de su tiempo en relación a las sangrías hechas en nombre de la religión y del estado, tras las cuales no cabía certeza en el mundo ni autoridad indiscutible, por lo que la única verdad válida era “la que es propiamente mía” (Pagden, 2002: 54. Ver también Marzo, 2011: 37-48).

### 2.2.1-HERENCIAS Y ACTUALIZACIONES DE LA DESINFORMACIÓN

El final de la Guerra Fría conllevó el desmoronamiento de un lenguaje que había perdurado tres décadas y que se pretendía simbólico de identidades fuertes, pero que sólo eran signos sin referente. A principios de los años cincuenta se produjo una aguda crisis en las políticas del lenguaje, al tener que proseguir el relato de las gigantescas palabras generadas antes y durante la Segunda Guerra Mundial -un conflicto definido por Auschwitz y la bomba atómica, realidades de difícil ubicación en el tejido social de la comunicación-, en una posguerra en que la realidad técnica e ideológica inventaba situaciones y efectos para las que tampoco existía expresión social, y por lo que había que improvisar sobre la marcha. Términos como “libertad” y “paz” fueron tras la guerra conceptos-marca, manoseados, rajados, y sometidos a una iconoclastia no lejana a la que los artistas informalistas y abstracto-expresionistas sometían a sus telas buscando precisamente la verdad oculta tras la máscara. Antoni Tàpies hacía uso constante de una consigna: “¡Mirad, mirad a fondo!”, proclamando así la necesidad y urgencia de superar las apariencias y llegar al meollo de lo real (Mayayo, Marzo, 2015: 156).

El lenguaje de la Guerra Fría usaba cotidianamente términos de realidades que aún no existían, sólo imaginadas, o acaso que nunca existirían, pero que estaban enmarcadas en un fondo de holocausto nuclear, última realidad palpable, fotografía instantánea de la humanidad. Se trataba, al igual que la ciencia-ficción, de la palabra-ficción. Al hilo de lo expresado por Theodor

Adorno sobre el fin de la poesía tras lo ocurrido en los campos de exterminio nazis -dado que sólo cabía contar la verdad-, el filósofo alemán Günther Anders manifestó en 1957 que el progreso de la acción técnica del hombre, explicitado en Hiroshima y Nagasaki, produjo la imposibilidad de imaginarla y representarla: la realidad de los efectos de la técnica científica se sustraía definitivamente al lenguaje (Anders, 2003).

Se trataba, entonces como hoy, de una crisis de la palabra, diferente sin embargo a la que acució a Hugo von Hoffmannsthal en 1902, tras la hipocresía lingüística que arruinaba el Imperio Austrohúngaro, cuando declaró en *La carta a Lord Chandos* que lo único verdadero era el silencio (Hoffmannsthal, 2012), sino más bien la que expresaría Robert Musil en *El hombre sin atributos* (1930-1943): “Las palabras saltan como los monos de un árbol a otro” (Musil, 2010: 132), en el sentido de cómo el lenguaje se desgaja precipitadamente de sus anclajes comunes para devenir moneda de cambio. Musil buscaba expresar cómo los términos son manoseados para sustraerles determinados significados y sentidos, a fin de camuflar en ellos cortocircuitos que impidan que sus antiguos usuarios reconozcan en ellos lo que transmitían. También Bernard Williams se acercó a la cuestión justo en el momento, 1975, en que la seguridad terminológica de la vanguardia empezaba a ser directamente cuestionada por las tesis posmodernas. Para Williams, términos como “cultura”, “inversión”, “libertad”, “verdad” o “revolución” estaban siendo reapropiadas por los gobernantes del mercado, sustituyendo sus proyecciones en relatos apropiados para sus intereses (Williams, 2000).

Con la desaparición de los regímenes comunistas, la globalización liberal y financiera inició un acelerado proceso de desregulación de los sistemas financieros, productivos y laborales, también comunicacionales, cuyo efecto inmediato en el lenguaje fue su licuación. De las palabras que nada decían de la Guerra Fría, se pasó a una semiosis alegórica mediante la que los términos adquieren sentidos en un sistema de oferta y demanda de significados. Del cerrado modelo propagandístico de la confrontación ideológica se pasó a un

modelo promocional, alegórico y publicitario que unía a fabricantes, medios y audiencias en el mercado de la imaginación gracias al acceso a la réplica, a la copia (ver Schwartz, 1996). Ejemplo inefable de ello es Dafen, un suburbio de la ciudad china de Shenzhen, fundado en 1989, en el que más de 10.000 artistas, trabajando con sistemas de fabricación en cadena en miles de talleres, producen bajo pedido y a bajo coste réplicas de las más famosas obras de arte occidentales con la única prohibición de no replicar la firma del original (ver CE 7). En 1990, se inició en Estados Unidos el proyecto *Genoma Humano*, con el propósito de registrar la secuencia completa de las instrucciones genéticas del ADN humano, objetivo conseguido en 2003. En 1996, la oveja Dolly (en Escocia) fue el primer mamífero clonado a partir de una célula adulta.

La licuación y serialización de los procesos de comunicación tuvo su Día D en el llamado *Big Bang* de la Bolsa de Londres, cuando el 27 de octubre de 1986 se inauguró la conexión electrónica permanente y automática de la City con el resto de parques mundiales. Sistemas satelitares y de cable desplegaron en 1980 la primera cadena privada global de noticias, CNN (Estados Unidos), y el sistema de posicionamiento geográfico por satélite GPS quedaba definitivamente desplegado alrededor de la Tierra por el ejército de Estados Unidos en 1994. En 1983, se emitió la primera licencia de telefonía móvil en Estados Unidos, y en 1992 se estandarizaron los protocolos. El número de llamadas internacionales aumentó de 3,3 millones en 1970 a 199.6 millones en 1980. Entre 1986 y 1996, el número de llamadas telefónicas que cruzaban el Atlántico creció de 100.000 a 1.974.000, y en el Pacífico de 41.000 en 1986 a 1.098.000 en 1996. En 1985, el uso total de las comunicaciones en el mundo (telefonía, fax y transmisión de datos) sumó 15.000 millones de minutos. Diez años después, el número era de 60.000 millones de minutos. En 1989, 1,1 millones de personas usaban Internet en el mundo, estando el 86% en Estados Unidos. En 1996, 11 de cada 100 occidentales manejaban Internet (6 de cada 100 en España). En 2013, eran ya 77 de cada 100 en términos globales, mientras que en los países del Tercer Mundo eran 31 de cada 100 (Marzo, 2003).

La desregulación en el consumo de información vino acompañada por la miniaturización de los dispositivos electrónicos, lo que permitió percibir un importante cambio de tendencia en la definición de los espacios público y privado, resultado de la transformación sufrida en el núcleo familiar occidental a causa de los cambios económicos. (Marzo, 2003). Al surgir nuevos modelos de convivencia y de movilidad laboral, el motor económico que representaba la familia tradicional dio paso al consumo individual como tractor comercial. El escritor estadounidense Alvin Toffler acuñaría en 1980 el término *prosumer* (prosumidor) para definir al usuario como consumidor a la vez que como productor de contenidos comunicativos (Toffler, 1980).

Fue durante la Guerra del Golfo (1990-1991) cuando se pusieron las bases de una nueva percepción del hecho comunicacional a partir de algunos de las circunstancias mencionadas. Esa percepción se define por la disminución de la cantidad y calidad de instrumentos disponibles para reconocer la realidad en los medios de comunicación y por una sintetización del discurso homogeneizador de una cultura occidental (especialmente de Estados Unidos) en plena expansión y que debía “incluirlo todo”, aún al precio de hacer un “fake de todo y del todo” (Kooijman, 2008). Precisamente, en una guerra en la que las restricciones informativas fueron mayores que nunca, un nuevo régimen de veracidad surgía gracias al directo global: noticias de cualquier parte del mundo son emitidas sobre audiencias que desconocen la realidad de los conflictos, y que adoptan frente a ellas actitudes de “espectaduría”. La ubicuidad de las cámaras fotográficas y videográficas pone en entredicho la autoridad del periodista o del reportero, decantando la percepción social sobre la objetividad de la imagen en la condición de registro, no de noticia, en el sentido de relato elaborado con hechos veraces. El mejor ejemplo de ello es la decisión de difundir públicamente grabaciones de cámaras de vídeo instaladas en equipos militares como cabezas de misiles, cazas o helicópteros en combate. El acceso a estas imágenes, puro espectáculo visual gracias a la inverosimilitud de sus puntos de vista y la captación de perspectivas insólitas, se pretende como un acto supremo de “registro” de las operaciones bélicas, pero del que queda

exenta la posibilidad de establecer relaciones de causa y efecto social, político, humano, etc.

La enorme difusión de los videojuegos de guerra, que simulan esas mismas perspectivas virtualmente, abundará en una extendida percepción “encapsulada” de este tipo de imágenes, sin apenas conexión con las realidades políticas que las producen (Virilio, 1991; De Landa, 1991). Así fue manifiestamente entendido por el presidente Ronald Reagan al abogar públicamente por una cultura joven basada en el “push-botton living” como medio de formación militar. En una velada oficial con los productores de videojuegos a mediados de los años 1980, Reagan manifestó: “Los usuarios del joystick hoy son los soldados de alta tecnología del mañana” (Hertz, 1997: 198). En 1991, el canal de TV Discovery Channel puso la siguiente voz en off en un documental sobre videojuegos: “Estos son los guerreros del mañana. Su sentido estratégico, sus rápidas respuestas a entornos amenazantes en cambio continuo, su hambre de matar, en combinación con su habilidad para trabajar con ordenadores, los hacen ideales para luchar las guerras del futuro. Años de oponentes a la velocidad de la luz los han preparado para la guerra moderna, en la que el calor corporal de los lejanos enemigos es localizado en las pantallas de video y en donde la carne es abrasada hasta los huesos por control remoto” (Hertz, 1997: 198; ver también Marzo, 2003: 67-69).

En aquel contexto, cobró gran auge un tipo de relato sobre la verdad informativa que actualizaba las características “narrativas” formuladas por Lippmann sobre la manufactura del consenso. Stephen Duncombe emplaza aquellos discursos en el marco de una redefinición sobre las fronteras entre realidad y fantasía, en la que el poder reside en la capacidad de “contar la mejor historia con la mejor imagen”, la que tenga más sentido en un mundo real dominado por una enorme y dispar cantidad de datos: “La realidad y la fantasía no habitan esferas separadas; coexisten y se mezclan. La realidad necesita la fantasía para hacerse deseable, lo mismo que la fantasía necesita la realidad para hacerse creíble” (Duncombe, 2007: 9-10). El espectáculo deviene una

forma de argumento, “no a través de llamadas a la razón, a la verdad evidente sino a través del relato y el mito, de los miedos y deseos, de la imaginación y la fantasía. Cumple lo que la realidad no puede representar. Es la animación de una abstracción, una transformación del ideal en expresión. *El espectáculo es un sueño desplegándose visualmente*” (Duncombe, 2007: 30). Ejemplo de ello fue el documental *The Heroes of Desert Storm* (1991), dirigido por Don Ohlmeyer y escrito por Lionel Chetwynd, en el que se mezclaba ficción y realidad sin poder distinguirse, con el objetivo de ofrecer una lectura heroica de la invasión estadounidense de Irak. Ohlmeyer manifestó: “El sueño de los alquimistas, convertir el plomo en oro, consistía en la televisión en eliminar el muro que distingue la realidad de la ilusión. Lo hemos logrado” (Schwartz, 1996: 294).

Bajo el argumento de la necesidad de rellenar el vacío informativo (ocupado por la censura) en un relato cohesivo y cohesionador, las viejas técnicas de guerra psicológica aplicadas por Estados Unidos *overseas* durante la Guerra Fría (sobre guerra psicológica en la Guerra Fría –con abundante bibliografía-, ver Marzo, 1998c) se comenzaron a aplicar efusivamente en medios de comunicación tanto nacionales como internacionales, cuyas emisiones ya se consumían en todo el globo. Los casos son ingentes y han sido profusamente estudiados (ver, por ejemplo, respecto a la primera Guerra del Golfo, Naureckas, 1991; Cumings, 2000; MacArthur, 2004). Vale la pena recordar, a modo de ejemplo, el caso de la historia falsa creada por la empresa estadounidense de relaciones públicas Hill & Knowlton para el gobierno kuwaití en 1991, que narraba el robo por parte de soldados iraquíes de bebés prematuros de sus incubadoras en hospitales de Kuwait (Boyd, 2012: 55). La historia, que contaba con “testigos oculares” de los hechos, hizo que la administración Bush ganara un gran apoyo público en las encuestas durante la semanas previas a la invasión de Irak.

Durante la segunda Guerra del Golfo (2003), estas técnicas de manipulación alcanzaron ya cotas generalizadas y de gran sofisticación, como el conocido

caso de la contrahechura de documentos e imágenes por parte de la administración estadounidense que confirmaban aparentemente la existencia (falsa) de armas de destrucción masiva por parte de Irak, y que sirvió de coartada para que el gobierno americano consiguiera apoyos en el interior del país y en algunos círculos internacionales. Otro caso revelado poco después de su “escenificación” fue el aparente acto espontáneo –y retransmitido en directo por varias televisiones- en la que un grupo de ciudadanos iraquíes derribaban una estatua de Saddam Husein en Bagdad en abril de 2003, poniendo así imagen a la derrota del régimen y al alegre recibimiento de las tropas estadounidenses por la población local. El acto fue orquestado por unidades de *psywar* (guerra psicológica) del ejército estadounidense con personas locales contratadas como figurantes (Fisk, 2003). Un ayudante del presidente George W. Bush le manifestó al escritor Ron Suskind: “Tipos como usted están en lo que nosotros llamamos una comunidad de base real, o sea gente que creen que las soluciones emergen del estudio juicioso de la realidad discernible [...] Pero esa ya no es la forma en que el mundo funciona hoy. Somos ahora un imperio, y cuando actuamos, creamos realidad. Mientras usted estudia esa realidad, juiciosamente, nosotros actuaremos creando nuevas realidades, que también podrá usted estudiar. Así se solucionan las cosas. Somos actores de la historia, y usted, todos ustedes, quedarán sólo para estudiar lo que hacemos” (Duncombe, 2007: 1-2).

Decíamos que los antiguos términos parecen quedarse obsoletos. “Desinformación” surgió como término de uso generalizado a partir de su inclusión en la primera edición (1949) del Diccionario de la Lengua Rusa (*Dezinformatsia: дезинформация*), siendo definido como la “acción de inducir a confusión a la opinión pública mediante el uso de informaciones falsas”, en referencia a las campañas de intoxicación informativa que divulgaba el bloque capitalista en contra de la naciente Unión Soviética durante los años 1920; unas técnicas que no solo el propio estado soviético utilizó ampliamente tanto en el interior como en el exterior del país durante las décadas de la Guerra Fría (Shultz y Giodson, 1984; y Jacquard, 1988) sino que eran ya parte sustancial

de la metodología política fascista de los años 1930 (Welch, 1993; Ades, Benton, Elliott, Boyd White, 1996), de las campañas coloniales europeas (Gail, 1985) o de las políticas de relaciones públicas e informativas surgidas en Estados Unidos durante la guerra contra España en Cuba a finales del siglo XIX (Spencer, 2007).

Paralelamente, los estudios sobre la propaganda y sus técnicas aparecieron con gran intensidad al acabar la Segunda Guerra Mundial, tras comprobar la profundidad de los efectos causados por ésta en numerosos países antes y durante el conflicto. El caso de la película de propaganda nazi sobre el campo de concentración de Theresienstadt (CE 1) es harto elocuente (Berkley, 2002; Schiff, Fury, 2012; Marzo, 1998d). La aplicación de algunos de aquellos principios serán ampliamente cuestionados, pero, al mismo tiempo, también serán actualizados utilitariamente en el nuevo marco abierto por la Guerra Fría y la aparición de nuevas tecnologías de comunicación como la televisión (Doob, 1948; Wallace, 1948; Megret, 1959; Ellul, 1973; Roskaz, 1988).

No obstante, podemos fácilmente retrotraernos a la tradición maquiavélica sobre la gestión política de información para encontrar posos lejanos en la genealogía de una orquestación de la desinformación por parte del Estado. Recordemos que Maquiavelo, en el capítulo XVIII de *El Príncipe* (1532) sugiere al gobernante que "no puede ni debe mantener fidelidad en las promesas, cuando tal fidelidad redundaría en perjuicio propio [...] Pero es necesario saber encubrir bien este natural, y tener gran habilidad para fingir y disimular; los hombres son tan simples y se someten hasta tal punto a las necesidades presentes, que quien engaña encontrará siempre quien se deje engañar" (Catalán, 2009: 17).

Guy Durandin fue de los primeros analistas en clasificar las acciones que pueden considerarse desinformativas: eliminar elementos o silenciar la totalidad de la información (omisión voluntaria o censura), alterar informaciones e inventar acontecimientos (Durandin, 1995: 8). Es necesario, no obstante,

tener presente ciertos matices terminológicos aparecidos en círculos semiológicos franceses y estadounidenses respecto al concepto durante los años 1980 y 1990 con el objetivo de delimitar campos de estudio distintos cuya diferencia se basa en la preterintencionalidad del agente desinformante (Romero, 2013). En este sentido, *mésinformation* o *misinformation* definen la desinformación culposa o por error, mientras que *désinformation* o *disinformation* se presentan con premeditación y solo. Sin embargo, la capacidad de disimular la intencionalidad por parte del agente desinformante se ha hecho cada vez mayor gracias a multiplicación exponencial de los efectos de la manipulación informativa mediante las redes sociales, que prácticamente hace imposible la distinción de lo que es enunciado original y dúplica. El adelgazamiento de esta zona de delimitación provoca un extendido sentimiento de impotencia entre los comunicantes en relación a los patrones de veridicción, y es más, conduce a que la desinformación (también la *misinformation*) deje de ser estimada como un elemento deplorable y devenga un circunstancia naturalizada del sistema de comunicación: “Comienza a entenderse como una característica propia de nuestro sistema de creación de realidades, de percepciones y actitudes y por supuesto, de nuestra forma de informarnos” (Romero, 2012: 55. Ver también Romero, 2014).

Años antes, John Searle apuntó que acaso esa naturalización de la desinformación se produce por la sofisticación cada vez mayor en la forma en la que esta “busca escudriñar la relación sujeto-mensaje a través de los medios desde una perspectiva social e individual, apelando al comportamiento de las relaciones de poder económico, político, eclesiástico, académico y social con respecto a la construcción de una realidad socializada” (Searle, 1997: 14. Ver también Durandin, 1995; y Pizarroso, 1991); una referencia, la de la socialización de la realidad, que apunta también al papel ya comentado de la pragmática de Rorty en la construcción de una interpretación de la verdad destinada a sostener el entramado social antes que a responder a la objetividad. En la misma dirección y en la misma época que Searle se manifestó Winfried Nöth, al analizar -a la estela de Umberto Eco- las

transformaciones semióticas producidas por los medios, concluyendo, ante la pregunta de si las imágenes mienten, que “la mayoría de estrategias manipulativas de información visual en los medios no son directas falsificaciones de la realidad expresadas de una forma asertiva, sino manipulaciones por medio de una pluralidad de modos indirectos de canalizar significados” que cubren con apariencia el buen orden de la realidad social y en el que todos salen reflejados, despertando sentimientos acríticos (Nöth, 1997: 144).

Otros autores han insistido en esta línea. Así, Massimo Desiato sostuvo por aquellas mismas fechas –mediados de 1990- el protagonismo de la *libido ignorandi*, el deseo de ignorar la información cuando ésta socava las habituales formas de pensar y conducirse en la vida. A su juicio, ello destruía la comunidad tradicional, generando comunidades fantasma: “Estamos en presencia de una in-comunicación, en la cual el lenguaje al uso sirve entonces, pues, no para la cada vez más perfecta comunicación intergrupala o interpersonal, sino para el mantenimiento del statu quo, es decir, la perpetuación del ‘entendimiento’ ya preexistente” (Desiato, 1995: 14). Se plantea, por consiguiente, una in-comunicación que promueve “una época de desaliento, de renuncia a resistir, que tolera, entre otras, las estrategias de la semejanza, de simulacros con franca impunidad, otorgando un tácito crédito a la presunta certidumbre de la imagen y a sus desmesurados fueros de visibilidad o evidencia” (Block de Behar, 2011: 16). Vale la pena recordar aquí una de las premisas principales del sociólogo Andrea Natella, autor italiano de diversos *fakes* activistas (CE 37): la fuerza de las leyendas falsas que van viralmente de boca en boca radica en que operan bajo una estrategia darwinista: “adaptándose siempre al medio más cómodo” (Natella, 2012: s/p): la mentira (a diferencia de lo falsario) no desea alterar el entorno, sino mimetizarse en él para convertirse en real por la fuerza de la costumbre y por adherirse a la *doxa*, a la opinión común.

“Escotomización” (del griego antiguo σκότος / skótos, “tinieblas, oscuridad”) es el término psicoanalítico que describe el mecanismo de ceguera inconsciente, mediante el cual el sujeto, dentro de su marco de referencia cognoscitivo, hace desaparecer de su conciencia o de su memoria aquellos hechos que van en contra de su propia ideología o su escala de valores. Ese proceso es ya tomado por algunos analistas como uno de los formatos vertebradores en la nueva economía productiva de la verdad desplegada por los medios de comunicación y los políticos, en especial en los Estados Unidos posteriores al 11 de septiembre de 2001, en la medida en que los relatos se construyen siempre en sintonía con lo que se supone es el pensamiento común de la nación. De esa forma, los enunciados partirían de la premisa de que “existe realmente” un espacio que va en contra de la propia ideología de la libertad individualista y capitalista y de su escala de valores, por lo que estos imprimirían mensajes en la audiencia con plena intencionalidad de desatar un proceso escotomizador, que iría más allá de un mero ejercicio de inducción *quasi* subliminal (Doherty y McClintock, 2002).

Fueron Noam Chomsky y Edward S. Herman quienes en 1988 cartografiaron y actualizaron críticamente los modelos clásicos de propaganda, a partir de textos pioneros de la década de 1920 que articulaban modos de manipulación de la opinión pública. Uno de ellos era *Crystallizing Public Opinion* (1923) en el que Edward Bernays, uno de primeros teóricos de las Relaciones Públicas y el *spin* (forma de propaganda que proporciona una interpretación de un evento a fin de persuadir a la audiencia a favor o en contra de una entidad figura pública) formuló la tesis de que la opinión pública es moldeable y manipulable en la medida en que el producto o concepto parezca atractivo (Bernays, 1961). En otros de sus escritos, *Propaganda* (1928), comparaba la opinión pública a un “rebaño que necesita ser guiado porque es susceptible de acoger liderazgos”, con el fin de “controlar a las masas sin que estas lo sepan” (Bernays, 2005: 11. Ver también Romero, 2013).

Otro de los textos clásicos era *Public Opinion*, elaborado en 1922 por el escritor y analista político Walter Lippmann, y en el que dejó escrito: “Que la ‘fabricación de un consenso’ sea capaz de grandes proyectos es algo que nadie, creo yo, lo niega [...] Una revolución está teniendo lugar, infinitamente más importante que cualquier cambio del poder económico... Bajo el impacto de la propaganda, no necesariamente en el siniestro significado de la palabra, las viejas constantes de nuestros pensamientos se han convertido en variables” (Lippmann, 2004; Duncombe, 2007: 8).

Chomsky y Herman abogaban por su parte por una reversión de esa revolución, instando a una fabricación de la disensión, a partir de la identificación de cinco filtros generales que acaban modelando la recepción de las noticias por parte de las audiencias: la propiedad concentrada de los medios; la publicidad; la confianza en las fuentes oficiales; capacidad de los grupos de influencia en responder a aquellas noticias que no les benefician; la censura ideológica (Chomsky y Herman, 1988). Previamente, en 1969, Herbert Schiller ya había analizado los diversos modos de manipulación desarrollados por los medios de comunicación. En *Mass Communications and American Empire* (1969) y *Mind Managers* (1973), Schiller deconstruía lo que consideraba mitos institucionalizados de los medios (la propiedad privada, la neutralidad y el pluralismo), mientras subrayaba la ausencia de análisis de los conflictos sociales y el incremento de emociones humanas que demandan cierto tipo de información. Luis Romero ha señalado cómo Schiller fue pionero en alertar sobre cómo “la sobresaturación informativa puede generar una escotomización social y, por ende, una anomia frente a las actitudes y acontecimientos que pueden afectar nuestras vidas” (Romero, 2013: 327).

La desinformación no parece presentarse ya como una cuestión estrictamente adscrita a un conjunto de fuerzas que pretenden socavar secretamente una relación aparentemente justa entre emisores y receptores sino un efecto mismo de los cambios de sentido productivos y comunicacionales. Las transformaciones en el sistema informacional tienen mucho que ver con lo ya

planteado en su día por la escuela semiológica francesa de finales de los años 1970, con autores como Baudrillard y Serres a la cabeza (Baudrillard, 1978; Serres, 1995) y que ya comentamos en otro capítulo: la cultura del simulacro pertenece a un orden distinto al de la mentira: se trata de una empresa del vaciado, de la supresión de todo referente que haga imposible una localización exacta del sentido, proponiendo un lenguaje dúctil, maleable y sujeto al nomadismo, mediante el cual opinión y hecho deshagan sus delimitaciones, transformando radicalmente el espacio de veridicción clásico por el cual la opinión no desvirtuaba los hechos sobre los que enuncia. Un espacio que definía así Hannah Arendt: “Los hechos y las opiniones aunque deben mantenerse separados, no son antagónicos entre sí; pertenecen al mismo campo. Los hechos dan origen a las opiniones, y las opiniones, inspiradas por pasiones e intereses diversos, pueden diferenciarse ampliamente y ser legítimas mientras respeten la verdad factual. La libertad de opinión es una farsa, a menos que garantice la información objetiva y que no estén en discusión los hechos mismos” (Arendt, 1996: 249). En la cultura del simulacro, del mercado hermenéutico de la libre interpretación, los hechos adoptan la interpretación procedente de la opinión. Cuando esta opinión se hace mayoritaria, la realidad abandona el cuerpo de los hechos, convirtiéndose en fantasma, en espectro; un tema ampliamente abarcado por la filosofía contemporánea en relación a la ontología de la imagen –*hantología*, o ciencia de los espectros- (Derrida y Stiegler, 1998; De Certeau, 1999; Groys, 2008; Zummer, 2012; Carrasco, 2016).

### **2.3- ACTIVISMO, CORTOCIRCUITO Y POSVERDAD**

¿Pertenece sólo al gobierno el derecho de acuñar mentiras políticas? [...] Muy frecuentemente sucede que al buen pueblo inglés no le queda otro remedio para demoler 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 (Swift, 2012: 92-93).

Así sostenía el escritor irlandés Jonathan Swift, en “El arte de la mentira política” (1712), el derecho del pueblo a difundir falsedades a modo de activismo crítico. Swift plantea la mentira y el engaño –acaso por primera vez en la historia del pensamiento político- como armas con las que contrarrestar los clásicos argumentos de la “noble mentira” de inspiración maquiavélica, y, quizás lo más sugerente, lo hace invirtiendo los términos originales en una actitud pragmática. Esto es, Swift parece hacer suyo el discurso sobre el uso del engaño por parte del príncipe a la hora de perseguir sus objetivos políticos, sin cuestionar aparentemente la condición moral de la herramienta, pero cambiando el foco sobre la finalidad. Si el dirigente engaña y el sistema lo permite, el pueblo también debe mentir, socializando así el instrumental del poder y poniéndolo al servicio de una causa común. A Swift no le tembló el pulso al apostar por un accionar colectivo que no estuviera secuestrado por las hipocresías morales sobre las herramientas tradicionalmente impulsadas y difundidas por el poder. Para deshacerse de la mentira institucional, es necesario que el pueblo sepa articular procedimientos de engaño, lo que, de por sí, demuestra la inteligencia popular, lejos de las lecturas sobre un vulgo que “necesita ser engañado” por ser demasiado simple para afrontar las “verdades superiores”.

La apelación de Swift a la mentira como herramienta de contrapoder es notable porque se situaba a contracorriente de una extendida línea de pensamiento político que hacía (y hace) de la mentira un recurso naturalizado del poder. Miguel Catalán, quien ha realizado recientemente una sucinta pero aguda genealogía histórica de la cuestión (Catalán, 2009), señala que fue Platón el primero en promover la doctrina de la “noble mentira”, cuya bondad o maldad dependen de la bondad o la maldad de las consecuencias que provoca, dando así razón al derecho del gobernante a mentir al pueblo en bien de este. Nicolás Maquiavelo actualizará esta presunción a mediados del siglo XVI en sus célebres consejos a los príncipes sobre la forma de gobernar. En el conocido capítulo XVIII de *El príncipe* (1532), Maquiavelo les recomienda hacer evidentes con palabras y gestos públicos su conformidad con las virtudes que

desprecian, en especial con la paz y la fe. Semejante doblez del príncipe debe atribuirse a la naturaleza del vulgo, cuya “estupidez” y “simpleza” le lleva a querer ser engañado.

El florentino no estaba solo en estas cuitas. Se atribuye al cardenal Carlo Caraffa –coétaneo de Maquiavelo- el aforismo “Populus vult decipi, ergo decipiatur” (el pueblo quiere ser engañado, por tanto, que sea engañado). También el humanista alemán Sebastian Frank, en el libro *Paradoxa*, publicado en 1534, sostenía que “el mundo desea ser engañado”. A la estela de Maquiavelo, numerosos autores de la época, como Baltasar Gracián, harán un gran esfuerzo por biopolitizar estos principios mediante el argumento de la “mentira prudente”. Para Gracián, no hay que mentir, sino “no decir la verdad”, hacer uso del artificio, de los dobles sentidos, de los equívocos, de los disfraces o de la comedia, “para ocultar y *endulzar* las verdades más terribles”. A su juicio, resulta lícito el “engaño ajeno”; esto es, se considera legítimo que, como consecuencia de la disimulación o de las palabras equívocas, el otro “no entienda lo que es” (Rivera, 2004: 592-596). El “pensar anticipado” de Gracián es el relato de la política de la memoria establecida por la competitividad (la guerra): el engaño está en el centro de la lucha por la legitimidad. La “gran virtud de callar la verdad”, que ensalzaba Juan de Borja en 1581 derivó pronto en el encumbramiento de la mentira y el engaño como modo de gestionar lo común, como forma de estado y como articulación social (Marzo, 2010: 47).

A finales del siglo XVIII, Goethe, en su poema epigramático "Mentira o engaño" (1795), exponía que la mentira del poderoso era un mal menor, a menudo necesario: "¿Debe engañarse al pueblo? / Desde luego que no. / Mas si le echas mentiras, / mientras más gordas fueren / resultarán mejor". De similar opinión era el filósofo francés Frédéric de Castillon (1747-1814), cuyo argumento para mentir al pueblo se sostenía en su condición de “minoría de edad perpetua”. Catalán recuerda que también escritores como Fiodor Dostoievsky o Miguel de Unamuno abogaron por la necesidad de la “noble mentira” –siguiendo en parte algunas ideas de Nietzsche sobre la distinción

entre los hombres elevados que se enfrentan a las verdades y la masa que no es capaz de percibir las-: el primero, en *Los hermanos Karamazov* (1880), y el segundo en *San Manuel Bueno, mártir* (1931), novela en la que el sacerdote protagonista miente a sus feligreses sobre la vida eterna, en la que él mismo no cree, a fin de procurarles la felicidad (Catalán, 2009: 13-14). Por su parte, el sociólogo Max Weber argumentó en “La política como vocación” (1919) que los principios morales no pueden aplicarse a la actividad política, siguiendo aquí a Maquiavelo en la idea de que la relación natural entre ética y política es la del divorcio. Weber incluyó entre esos principios impracticables el de la veracidad. Y justificó, entre otras, la mentira a los ciudadanos alemanes respecto a las responsabilidades que habían contraído en el estallido de la Primera Guerra Mundial. Miguel Catalán prolonga el hilo evolutivo de estas argumentaciones hasta el filósofo Leo Strauss (1899-1973) o el politólogo Carl Schmitt (1888-1985), cuyos seguidores –como Paul Wolfowitz- han influido notablemente en la política exterior de Estados Unidos bajo el mandato de George W. Bush mediante la doctrina de la necesidad de “inventar” argumentos para invadir Iraq en 2003, creando los posos de la actual preeminencia de un lenguaje de la posverdad.

Así pues, Jonathan Swift, al defender el derecho del pueblo a engañar al gobernante, se situaba en una estela diferente a la de la *doxa* institucional comúnmente aceptada. Ciertamente, ha habido pensadores clásicos opuestos al uso del engaño como mecanismo de gobierno, pero raramente se han expresado de forma tan “radical”. El Marqués de Condorcet, revolucionario y hombre de la Ilustración, defendió públicamente en su disertación “¿Es conveniente engañar al pueblo?” (publicada en 1790, casi ochenta años después de Swift) que no, que el pueblo es engañado solo por su falta de educación, por lo que el objetivo de los dirigentes es mantener al pueblo en la oscuridad, sosteniendo así el *statu quo* existente entre dominadores y dominados: “La verdad pertenece a aquellos que la buscan y no a los que pretenden tenerla”, manifestó. Condorcet se mostró también contrario al uso de la “noble mentira”, porque, “¿cómo puede nadie asegurar que el poderoso no

utilizará la mentira para hacer el mal una vez se le haya permitido emplearla para hacer el bien?” (Condorcet, 2009: 42). Alineados con Condorcet, encontramos también a Kant, o a los liberales John Stuart Mill o John Dewey, quienes, mediante sus teorías sobre la tarea colectiva de lo político, creyeron dispar cualquier justificación sobre la diferente condición del dirigente y del pueblo a la hora de entender la “emancipación” (Catalán, 2009: 28-30).

¿Qué es, por tanto, lo que hace la propuesta de Swift tan diferente de las demás? ¿Qué hacer ante las mentiras de los dirigentes cuando el pueblo ha asumido su propia inteligencia? Si Condorcet y otros ilustrados abogaban por la educación y el fin del monopolio racionalista en manos de las elites como vía para la “liberación”, ¿qué ocurre cuando el pueblo se percata de que “ya puede pensar por sí mismo”, cuando adquiere conciencia de su razón? Ahí estaría la clave de la fina pero radical ironía del escritor irlandés: la “autoconciencia” para revertir en su favor las técnicas y formatos del poder. No en vano Jonathan Swift –como hemos visto- es uno de los precursores del *fake* como forma de activismo. ¿Cómo espejar aquel insólito planteamiento con los formatos actuales del activismo?

El filósofo marxista italiano Antonio Gramsci desarrolló entre 1929 y 1935 el concepto de “hegemonía” para referirse al proceso por el cual las clases dominantes obtienen consentimiento y apoyo de los grupos subordinados no mediante la fuerza sino a través del “liderazgo intelectual y moral” (Gramsci, 2003: 329). Por ello, Gramsci proponía que la lucha contra esa hegemonía, bien fuera mediante ataques directos o por luchas de largo recorrido, debía ser una batalla cultural. No parece en absoluto aventurado leer los cambios que se han producido en la filosofía y mecánica del activismo contemporáneo a la luz de este diagnóstico y receta. En los nuevos formatos de contrapresión política parecen haber perdido protagonismo los clásicos instrumentos de oposición y sabotaje en favor de los que fomentan la afirmación y la apropiación de lo existente a fin de resignificarlo, lo que no anula el potencial conflictivo sino que lo desplaza en sus parámetros y efectos en un movimiento inconstante de

balancín entre el adentro (el sistema) y el afuera (autonomía). Se trata, por consiguiente, de un tipo de tácticas que operan en un espacio que ya no viene delimitado entre territorios amigos o enemigos, cómodos o incómodos, sino que se ejecutan en los intersticios de un palimpsesto maleable y cambiante, como se percibe claramente en las intervenciones de media-activistas como Alan Abel (CE 13) o Joey Skaggs (CE 14).

Nos referimos a un tipo de técnicas que espejan el cambio de orientación en la producción y comunicación de enunciados de los grupos *inobedientes* (obediencia viene del latín *ob-audire*, saber escuchar), que no desean responder tras escuchar los relatos del liderazgo descrito por Gramsci sino que prefieren manipular las condiciones de la escucha a fin de revelar las contradicciones o falacias del lenguaje del consentimiento que emborrona un sentido común de verdad: “convulsionar los signos” para hacerlos desobedientes (Foster, 2001). Este nuevo activismo rodea el marxismo y su orientación hacia una crítica o subversión de los medios de producción -cuando estos hoy, precisamente, son gestionados en un régimen de biocreatividad- para encaramarse a un andamiaje postmarxista que toma a los medios de reproducción –exentos ya de productividad política- como base y objetivos de sus procedimientos de *relleno*.

Los diagnósticos de Gianni Vattimo sobre el papel del intelectual y de George Yúdice sobre la transformación de las políticas culturales aportan luz en este asunto. A juicio de Vattimo, el intelectual ha perdido su papel y legitimidad no solamente por haber quedado el marxismo “fuera de circulación” sino porque el intelectual ha perdido a su principal interlocutor, el partido político. Ello ha obligado a los intelectuales a tener que insertarse en la forma genérica de la “opinión pública”, adoptando el papel de comentarador, ensayista o columnista de opinión, y perdiendo su carácter “especialista y técnico” -en el sentido gramsciano de los términos-: “La condición en la que actúa es más bien la del 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” (Vattimo, 2010: 55). En ese nuevo espacio crece la conciencia de que toda lucha debe tener objetivos simbólicos, ya que estos han devenido los tótems del nuevo lugar público que es la esfera de la comunicación (ver Habermas, 1994). Si, como sostuvo Jean Baudrillard en 1972, lo que caracteriza a los medios de comunicación es que son antimediadores, intransitivos, que fabrican la no-comunicación (Baudrillard, 2010), entonces acaso sea más útil infiltrarse en ellos para forzar contrasentidos, esto es, obligar a esos signos a ser transitivos políticamente mediante poniendo en marcha mecanismos de ingeniería inversa del imaginario (*reverse imagineering*) (Holmes, 2008; Oliver, Savičić, Vasiliev, 2011) propias del *phántasma* colectivo, y en su aparecer, desvelar el patrón general, su programación incomunicacional. Roc Albalat ha señalado que se trata de operar 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 (Albalat, 2015). Fue Umberto Eco quien, en este sentido, 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” (Eco, 2012: 91).

Por su parte, George Yúdice ha indicado que con el abandono de las políticas sociales institucionales ha sido el mundo de la cultura el que se ha puesto en las espaldas la tarea de intervenir en los procesos y conflictos sociales, alentando un tipo de prácticas que, por un lado, operan de forma quirúrgica en lugares específicos, mientras por el otro se insertan en los circuitos simbólicos a fin de contrarrestar el relato general del neoliberalismo (Yúdice, 2002). Esa inserción pasa por la constitución de nuevas tácticas lingüísticas que se proveen de recursos de contrainformación. Franco Berardi y E. Guarneri, al

explorar las nuevas formas de infiltración activista en Italia, han descrito esos recursos de la siguiente manera:

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 [...] la fuerza del poder está en hablar con el poder de la fuerza (Berardi, Guarneri, 2002: 59).

Fue Michel de Certeau quien describiera 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 (Certeau, 2000). 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 fuerza extraña”. Para Certeau, recuerda Elena Fraj, las tácticas son determinadas por la ausencia de poder, mientras que las estrategias son capaces de elaborar lugares teóricos, lugares de poder. La carencia de lugar propio le permite la movilidad pero le exige mayor capacidad de adaptación: “Caza furtivamente. Crea sorpresas. Le resulta posible estar allí donde no se le espera. Es astuta” (Fraj, 2015: 86).

La tradición anarquista está muy presente en estos relatos y formatos. Audrey Vanderford recuerda que el anarquismo ha usado siempre la acción directa y el sabotaje, y observa el *prank* y el *fake* como formas de contestación política heredadas de esa tradición pero con la diferencia de que “sabotean las apariencias y socavan la eficiencia del *status quo* con actos políticos inmediatos y de confrontación” (Vanderford, 2000: 26). Bani Brusadin ha analizado el desplazamiento de la figura y modos de hacer del activista contemporáneo en una dirección similar. Partiendo de la metáfora del *Waldgänger* propuesta en su día por Ernst Jünger en *Tratado del rebelde* (1951), que describía al hombre anarquista que se refugiaba en el bosque, Brusadin observa el peso y función cada vez mayor del *trickster* (embaucador) y del *hacker* en grupos como Luther Blissett (CE 19, 20). El *trickster* no se define a través de una figura determinada, sino de una *función potencial* de carácter fantasmático 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. Así, para Luther Blissett, el *trickster* “separa lo que está unido, une lo que está separado para crear extrañas sensaciones de proximidad y de distancia” (Brusadin, 2016: 80; ver también Hyde, 1998).

Naturalmente, estas formas de subversión plantean también problemáticas de absorción. ¿Hasta qué punto no son fácilmente asimilables por un sistema que acaso puede ver en su tacticismo el mejor antídoto a sus efectos? Si las tácticas se definen por su cortoplacismo, ¿no son potencialmente diversoras de un objetivo definido? ¿no pueden llegar a enmascarar su aparente voluntad de transformación y desvelamiento bajo la guisa de un picoteo que, aunque interminable y enojoso, convierta su quehacer en un propio simulacro autolegitimado? Certeau observó el potencial de este peligro, cuando al defender la deconstrucción de la sintaxis y del vocabulario oficiales, también observó que “estas violencias operadas sobre el lenguaje designan su funcionamiento, pero no lo cambian. Estas violencias participan de lo que

denuncian. Y partiendo de la insignificancia, permanecen impotentes” (Certeau, 1999: 73).

Otros autores como Hal Foster o Jacques Rancière también han percibido el peligro de la cooptación, en especial, a la luz del proceso por el cual el discurso dominante necesita de formas de crítica social y cultural exógenas a su propia estructura, en su afán por mantener su distinción diferencial (Foster, 2001; Rancière, 2010). Foster alerta, en la dirección en su día planteada por Baudrillard, que no toda reapropiación desmantela la lógica del signo, ya que también existe el riesgo de caer en el fetichismo del código. Fernando Castro señala en ese sentido, que las prácticas *fake*, “a pesar de tanta retórica de la desmitificación”, finalmente pueden no ser otra cosa que una “refetichización, esto es, una estrategia de mimetismo en la que se intenta camuflar la completa impotencia crítico-política” (Castro, 2009: 16).



### **CAPÍTULO 3. MECÁNICA Y ESTÉTICA DE LA VERIFICACIÓN**

---



### **3.1- EL FAKE COMO FORMATO**

#### **3.1.1- DEFINICIONES FORMALES**

Llamamos *veroficción* a la técnica lingüística que utiliza artificios de apariencia para infiltrarse en contextos determinados a fin de operar en ellos sin revelar su identidad ni su objetivo ulterior, los cuales se desvelan al final del proceso, exponiendo mediante el cortocircuito generado por el engaño la condición de los mecanismos sociales habituales en la construcción de sentido. En pocas palabras, la veroficción es una ficción que esconde su carácter ilusorio y en cuya recepción se considera real hasta que se desvela su naturaleza ficticia.

La acuñación de este término, inédito hasta donde el autor ha podido averiguar, se plantea en el presente trabajo a fin de vertebrar en un solo vocablo lo que está disperso en muchos, tanto de factura inglesa (*fake, hoax, trickster, prank*) como española (impostura, engaño, contrahechura, falsificación, fingimiento...). Ya hemos analizado la procedencia de estos términos al tratar la genealogía de lo falso en la producción cultural, y allí hemos observado también la dificultad de emplazarlos al terreno estético al estar a menudo impregnados de un conjunto de categorías *finalistas* de raíz moral. Ciertamente, el término *fake* ha alcanzado una suerte de estatus estable para referirnos al uso de técnicas de des-apariencia tanto en el arte contemporáneo como en el activismo; no obstante, sigue siendo un vocablo que se sigue aplicando a todo tipo de manifestaciones realizadas mediante el engaño tengan éstas la voluntad de revelar su naturaleza o no. La propuesta instrumental del término *veroficción* se realiza como un ejercicio de síntesis conceptual que contribuye a reunir con cierta propiedad el tipo de prácticas de las que se ocupa el presente trabajo, en especial, las vinculadas al arte y la literatura, al hilo de la tradición de la ficción presente en ellas. Ello no determina la posibilidad de no poder aplicar el término a las prácticas activistas, aunque en ellas, el menor peso de la premisa estética favorece la predominancia del término *fake*.

Es necesario resaltar la condición *sine qua non* del término veroficción o del sentido adquirido del vocablo *fake* que aquí nos interesa: a diferencia del fraude, del engaño o de la mentira, en sus sentidos habituales de corrupción, practicados con el ánimo de sacar provecho económico, social o político tras inducir a personas o colectivos al desarrollo de acciones u omisiones que perjudiquen a alguien o a ellos mismos, la veroficción se conduce por hacer exactamente lo mismo, pero contando con la complicidad del actor social. Los estudios acerca de las reacciones de los actores sociales que son objeto del *fake* (Boyd, 2005; Jessup, 2013) revelan que la estupefacción y la indignación iniciales dan muy a menudo paso a una reflexión más abstracta sobre las condiciones generales del lenguaje (¡cómo nos engañan!). Esa complicidad se traba también en la voluntad del autor de revelar su naturaleza momentánea y situar al “espectador” en una posición de obligado diálogo. El grupo activista The Yes Men (CE 21) mantiene desde hace años el *motto* “Never leave a lie on the table” (Nunca dejes una mentira sobre la mesa). El artificio no es en la veroficción un artilugio finalista, como ocurre en la esfera artística clásica, o como sucede también en la voluntad jurídicamente penada de engaño, que tiene interés en mantener el secreto porque en él saca beneficio. Este tipo de prácticas que aquí exploramos -ha señalado Maria Rosell- no tratan de introducir de manera fraudulenta la propia obra en el mercado (Rosell, 2012: 117). Se trata, por tanto de una práctica pública, no mercantil. El artificio veroficticio es un procedimiento que se dirige al propio lenguaje y cuyos beneficios se obtienen solo después de exponer su ficción, no mientras se mantiene el secreto. El secreto es, por consiguiente, una herramienta para obtener acceso al espacio social apenas visible en el lenguaje cacofónico actual. La veroficción no sabotea la realidad, sino la forma en que tenemos de nombrarla. Esa es la condición irrenunciable de la veroficción en relación a otro tipo de engaños que sí pretenden “alterar” la realidad misma y de forma perenne. Al tratar el *fake* literario David Shields y Matthew Vollmer han manifestado que “un artefacto fraudulento es un texto que pretende ser una forma particular de escritura [...] que cuenta una historia, estimula el pensamiento y la emoción, inspira la indagación, da pie a la acción y/o pone en

cuestión lo que es –o debe ser- lo real” (Shields, Vollmer, 2012: 6). Bani Brusadin, co-director junto a Eva y Franco Mattes (CE 34) del festival anual The Influencers dedicado a la guerrilla de la comunicación<sup>6</sup>-, también coincide, en este sentido, en que “estas historias de una realidad paralela buscan un enfrentamiento -si bien sutil, oblicuo- con la ‘realidad’ de la información refrendada por las fuentes legítimas habituales” (Brusadin, 2015: 238).

Joan Fontcuberta ha propuesto una reflexión sobre la condición y competencia de los términos que quedan implicados en la realización de un *fake* (Fontcuberta, 2016):

-*Falsedad*: Falta de equivalencia entre el discurso y el hecho. Una propiedad del habla.

-*Mentira*: Voluntad consciente de desviar el discurso del hecho. Competencia de la ética.

-*Engaño*: Voluntad consciente de que una mentira sea aceptada por el receptor como verdad. Competencia de la ética.

-*Fraude*: Engaño del que el emisor obtiene un beneficio y el receptor un perjuicio. Competencia de la jurisdicción.

-*Impostura*: Engaño con apariencia de verdad. Competencia de la ética.

-*Ficción*: Cosa fingida, discurso que tiene que ver con la imaginación y no con los hechos. Competencia de la epistemología.

-*Fake*: Ficción impostada, esto es, ficción con apariencia de verdad que se infiltra en los dispositivos de transmisión de información y se camufla bajo la apariencia de un género familiar y reconocible. Competencia de la política, de un determinado activismo que intenta incidir en la conciencia pública de un receptor.

-*Infiltración*: Inserción en un ámbito que no lo es propio.

-*Camuflaje*: Disfrazarse de unas retóricas o apariencias que podemos identificar fácilmente.

---

<sup>6</sup> The Influencers tiene lugar en el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB). Se celebra desde 2004. <http://theinfluencers.org>

La veroficción puede asumir géneros y formatos muy variados: heteronimias, documentales, exposiciones, obras de arte, publicaciones, dramatizaciones, manifestaciones –lo veremos todo ello en breve-, y puede operar en los muchos órdenes de la vida social: política, deporte, información, economía, cultura... Lo esencial es saber dominar el lenguaje y la tipología lexicográfica de cada orden para poder insertarse en él de manera proporcional y desapercibida. Puede conducirse mediante el camuflaje, lo que le permite tanto la práctica del parasitismo como la infiltración, asumiendo los códigos de percepción y sentido asignados al contexto elegido. La veroficción exige un conocimiento muy preciso del lenguaje y del cuerpo de paratextos que debe simular. No es diferente en esto que la impostura: Sándor Radnóti ha señalado en relación a los falsificadores que están “obligados a conocer mucho de lo que el arte es realmente, dado que su trabajo es mantener un ojo avizor en ese mundo” (Radnóti, 1999: v). Por su parte, Álvarez Barrientos, en su investigación sobre la heteronimia literaria, también subraya el potencial conocimiento que despliega la veroficción, ya que proporciona al autor “todas las seguridades y todas las claves, todo el poder y el conocimiento, pues lo sabe todo acerca del mismo, hasta lo que puede dejar ambiguo o incierto para que el trabajo no parezca demasiado sospechosamente acabado” (Álvarez Barrientos, 2014: 276-277).

Efectivamente, numerosas veroficciones no pretenden hacerse perfectas, porque ello las emplazaría demasiado cerca de las falsificaciones no autoreflexivas. Una gran parte de ellas se conforman desde un principio a través de pistas, rendijas y grietas en las que se vislumbran “desajustes” en la verosimilitud de la historia, y cuya utilidad radica en que, primero, permite al lector o espectador comenzar a sospechar mientras la contempla, y segundo, impulsa, una vez revelada la ficción, un proceso deconstructivo sobre la forma de enunciar, al tener que dotar de un sentido completo al engaño al que ha sido sometido. Joan Fontcuberta insiste habitualmente en este punto: un buen *fake* debe hacerse cómplice pronto con el espectador para que la pesquisa sobre su veracidad comience incluso antes de que se revele su ficción (Fontcuberta,

2016)<sup>7</sup>. Brusadin, al ocuparse, sobre el efecto de “salubridad” que este diálogo con el espectador aporta en la esfera pública, gracias a que emisor y receptor comparten la construcción última del sentido del *fake* (incluso a costa de una crítica radical del último hacia el primero), también detecta un cierto tipo de mutaciones en los nuevos marcos generados por las redes sociales, que contaminarían notablemente este ejercicio dual de autoreflexión (Brusadin, 2016: 84-85).

Por último, cabe hacerse una pregunta recurrente en los estudios sobre las prácticas veroficticias y más aún en los *fakes* de corte activista: ¿Son un fin en sí mismas, o vehículos para desactivar marcos de discurso? Numerosas prácticas *fake* no se definen por el uso del aparato estético del arte y, por consiguiente, no tienen un carácter finalista y objetualista. Lo veremos en breve. Siendo sólo instrumento, el *fake* dificulta su propia inserción en una cadena de valor añadido y permite presentar al operario inscrito en una sociedad laboral, habitualmente grupos y colectivos. Naturalmente, el arte puede muy bien convertir este instrumento en un fin, comercializable y ajustable al discurso estético (véanse los CE 2, 5, 22, 24, 31, 44). Sin embargo, se hace difícil distinguir la diferencia *finalista* de las prácticas no artísticas de las que lo son en un contexto de guerrilla icónica cuyos actos son rápidamente impresos como imágenes simbólicas. Aquí se presenta la principal reserva respecto a las conclusiones de una parte de la literatura que se ha ocupado del tema (Brusadin, 2016; Fraj, 2015; Boyd, 2012; Home, 2002) que optan por una idea de ficción instrumental. Todos los *fakes*, *pranks*, imposturas o heteronimias son lo que son porque *deben* desvelar su ficción en algún momento. La naturaleza de la veroficción, bien se convierta en un estilo y un producto cultural o se mantenga en la esfera de la producción social, pasa ineludiblemente por una exposición de la ficción, que la fija en los medios o en los círculos afectados, y que tiene el efecto de revelarla en una genealogía de

---

<sup>7</sup> FONTCUBERTA, Joan (2016). Declaraciones del artista en el debate protagonizado por él mismo, Andrés Hispano y Sergi Vicente, el día 9 de marzo de 2016, en el marco de ciclo de debates *Valor! 10 debats sobre la construcció del valor de la ciutat*, celebrado en Virreina-Centre de la Imatge. Ciclo dirigido por Jorge Luis Marzo y Joana Masó. Registro videográfico del debate: <https://vimeo.com/158464774>

prácticas finalistas que se basan en ciertos instrumentos. En ese cierre –de contraste ético con la mentira- una paraficción también deviene un fin en sí misma, un texto histórico cuya relación con lo real no es menor que cuando estaba activo.

### 3.1.2- EL PARATEXTO Y EL FORMATO EXPOSITIVO

Todo potencial arte “ficticio”, toda veroficción, es un arte literario, pues se estructura mediante un relato que, para sostenerse, requiere los mismos elementos de paratexto que una obra literaria: referencias, biografías, consistencia histórica y técnica. Debe recrear un universo o hacerse suyo uno ya existente, como si de un *readymade* contextual se tratara.

Los “paratextos” son habitualmente descritos en el ámbito de la edición literaria como aquellos dispositivos y convenciones, tanto dentro como fuera del texto, que forman parte de la mediación entre libro, autor, editor y lector: títulos, prefacios, encabezamientos de capítulo, notas, epílogos, y las cubiertas editadas, forman parte de la vida pública del libro (Genette, 1997; Schaff, 2004). Se trata del complejo conjunto de condiciones con los que un texto aparece en la vida social. También la biografía del autor (o la falta de ella), tramada en cartas, diarios, entrevistas y acciones individuales –lo que se denomina “epitexto”- condiciona la interpretación del texto aunque al mismo tiempo le da una genealogía, una biografía. Biografía y heteronimia, en este sentido, van directamente de la mano: toda heteronimia debe articularse a través de una biografía, como vemos en numerosas veroficciones (CE 3, 5, 10, 19, 20, 28, 30, 31, 32, 45).

La inserción de una veroficción en un momento y espacio de vida, adoptando técnicas de camuflaje y tácticas escénicas y lingüísticas, es una empresa que exige una gran dedicación y destreza, porque “necesita un mundo, además de un entorno, para pasar por auténtico” (Álvarez Barrientos, 2014: 113). Lo hemos visto al hablar de la impostura y regresaremos a ello al explorar

enseguida la práctica heteronímica. La habilidad se basa en saber identificar con propiedad los elementos sustanciales del relato y encontrar referencias apropiadas para hacer verosímil un cuerpo general de conocimiento de la sustancia tratada. Hemos observado también, al explorar el uso de las técnicas de inmersión en las imposturas literarias, que las prácticas veroficticias representan un grado nada desdeñable de excelencia en la crítica cultural puesto que son capaces de cartografiar con gran acierto el estado de la cuestión del contexto histórico, social, político o profesional en el que se insertan, precisamente a través de un cuestionamiento constante de su propia naturaleza. Patricia Waugh, al tratar hace décadas sobre las obras literarias que se generan también más allá de sus propios confines, señaló que el texto metaficticio “está definido por atraer sistemáticamente la atención hacia su propio estatus como artefacto en aras a plantear cuestiones sobre la relación entre la ficción y la realidad” (Waugh, 1984: 2). De este modo, el *fake* que aquí nos ocupa orquesta habitualmente mecanismos con lo que emplazarse a sí mismo como objeto de debate, contribuyendo así a una hermenéutica abierta.

Las prácticas que hacen uso de la veroficción en el arte contemporáneo comparten los mismos presupuestos que en la literatura heteronímica o en la falsificación literaria. Durante la última década, los análisis de las técnicas de paratexto en la crítica artística y el formato expositivo han sido notables, en paralelo al creciente interés que muchos artistas han desarrollado por estas manifestaciones<sup>8</sup>. Muchas de las aproximaciones reflexivas al fenómeno del *fake* han sido realizadas por los propios artistas involucrados. La causa no es

---

<sup>8</sup> Numerosas exposiciones se han hecho eco de estas prácticas recientemente. Entre ellas, cabe destacar:

-*Experiments with Truth: The Documentary Turn* (2004). Comisariado de Mark Nash. Philadelphia: The Fabric Workshop and Museum.

-*The Interventionists: Art in the Social Sphere* (2004). Comisariado de Nato Thompson. Massachusetts: Massachusetts Museum of Contemporary Art.

-*Andén 16. Heterónimos / Los otros de uno mismo* (2005). Comisariado de Magaly Espinosa. Madrid: Centro Cultural Conde Duque.

-*Real-fake.org* (2011). Comisariado de Rachel Clarke y Claudia Hart. Sacramento: California State Sacramento University Gallery. <http://www.real-fake.org/index.html>

-*More Real?: Art In The Age Of Truthiness* (2012). Comisariado de Elizabeth Armstrong. Santa Fe: Site Santa Fe.

-*Fake. No es verdad, no es mentira* (2015). Comisariado de Jorge Luis Marzo. Valencia: Institut Valencià d'Art Modern.

otra –como ya comentamos- que el hecho de que las composiciones de ficción realista son, en sí mismas, prácticas críticas que se resuelven “fuera” de la propia obra.

La artista y escritora estadounidense Antoinette LaFarge propuso en 2001 el término *Fictive Art* (arte ficticio) para denominar un cierto tipo de prácticas artísticas que se modelaban a través de los paratextos expositivos: “Describe una forma particular de producción estética que no pertenece a ningún otro ámbito y que se relaciona con la superficción y la paraficción. Las obras ficticias tienen elementos claramente ficticios pero se extienden fuera del reino de lo textual de varias maneras, principalmente a través de la creación de *realia*. Una definición en proceso del término podría ser: ficciones plausibles creadas mediante la producción de objetos, acontecimientos y entidades del mundo real” (LaFarge, 2007). Para LaFarge -y para Lisa Patt, con quien redactó el texto original-, muchos de estos trabajos han sido considerados “marginales” a causa de su vecindad con productos o acciones percibidas como meros engaños y también por efecto de su condición disolutiva en contextos no artísticos.

En opinión de LaFarge, la realización de una ficción mediante el paratexto -con objetos y otras entidades- “sustrae al proyecto del reino de la pura ficción” al adscribirlo a la realidad de la percepción de los observadores (LaFarge, 2009: 207). La paraficción, así, se constituye como un instrumento de diálogo y de *engagement* (en el sentido de compromiso u obligación) con el público, entendiendo aquí como público los participantes (conscientes o no de su participación) que hacen posible la inserción viva del paratexto: “Para que el proyecto tenga éxito, al menos algunas de las pistas deben ser accesibles al espectador [...] El proyecto de arte ficticio no funciona correctamente a menos que se dejen abiertas algunas grietas para que el espectador pueda entrar. Una vez que el espectador recoge esas pistas, se ve obligado a una relación de juego con la obra. Puede estar enojado con el engaño, o despreciar la fina fachada de realidad, o quedar encantado por la elaboración ficticia (por

nombrar sólo tres posibles actitudes), pero en todos los casos debe comprometerse con ella" (LaFarge, 2009: 213).

LaFarge ofrecía diversos casos que ilustraban las prácticas de arte ficticio en relación al uso del paratexto y con la intención de reflexionar sobre los mecanismos de autoridad y veracidad en la escritura científica e histórica expresada en forma de exposición. Entre ellos cabe destacar los de los artistas Nicholas Kahn, Richard Selesnick, Beauvais Lyons, Eve Andrée Laramée y Jim Shaw.

Nicholas Kahn y Richard Selesnick presentaron en 2007, en la Yancey Richardson Gallery de Nueva York y posteriormente en el Overbeck-Gessellschaft Museum de Lübeck, la muestra *Eisbergfreistadt*, en la que exhibían evidencias documentales de un gran iceberg convertido en una ficticia ciudad-estado frente a la costa de Lübeck, Alemania, durante la gran inflación de 1923. Mediante fotografías, postales, maquetas, billetes y vestidos de época, los artistas partieron de un hecho real -el incidente en el que un iceberg derivó en el mar Báltico y encalló fuera del puerto Lübeck- para desarrollar una ficción histórica que el espectador debía interpretar pero dentro de un marco diverso de referencias alteradas, forzado a discernir la línea entre hecho y ficción sobre la base de su conocimiento previo de la historia, la geografía y el arte (Kahn, Selesnick, 2007).

Beauvais Lyons, por su parte, ha desarrollado numerosos proyectos a través de la marca Hokes Archives. Se trata de un conjunto de trabajos, fundamentalmente exposiciones, dedicados a la "fabricación y documentación de artefactos culturales raros e inusuales", y en los que, mediante la apariencia de materiales procedentes de ortodoxos estudios zoológicos y de ciencias naturales, proyecta un universo ficticio en el que desborda una ácida crítica tanto al lenguaje "autorizado" de la ciencia como a las actitudes creacionistas contrarias a la teoría de la evolución de las especies, como se puede apreciar

en su parodia *The Association of Creative Zoology*, dedicada a “entender la belleza y complejidad de la creación divina”.

Cabe señalar aquí el paralelismo de los trabajos de Lyons con algunas de las obras de Joan Fontcuberta –*Herbarium* (1984) o *Sputnik* (1997, CE 31)- pero sobre todo con *Fauna* (CE 5) –realizada entre 1985 y 1987 en colaboración con Pere Formiguera-, que, recordemos, se trataba de 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. Fontcuberta y Formiguera desplegaron en *Fauna* un perfecto (y acaso pionero) manifiesto sobre la potencialidad del paratexto como forma de experiencia estética vinculante, al tiempo que como ironía política sobre el valor de la fotografía y el museo como constructores de veracidad, una cuestión siempre viva en una gran parte de los trabajos veroficticios (Fontcuberta, 1998).

En la misma dirección se encuentran los trabajos de Eve Andrée Laramée. En 1997, y con un notable paralelismo conceptual con la citada *Sputnik* de Fontcuberta (Fontcuberta, 1997), Laramée desarrolló la obra *Secret History: Yves Fissiault, Artist of the Cold War*, en la que se presentaba la historia aparentemente real de un ingeniero eléctrico durante la Guerra Fría -bajo contrato del Departamento de Defensa estadounidense-, que había ocultado su carrera artística por temor a las represalias de sus superiores. Fissiault era en realidad una amalgama de personajes literarios procedentes de las novelas

satíricas de Thomas Pynchon y de memorias familiares de la artista (Honigman, 2002). Para Laramée, sus obras están orientadas hacia la exploración de las “formas en que las culturas usan la ciencia y el arte como dispositivos o mapas para construir sistemas de creencias” y hacia la investigación de “cómo se pueden contemplar ambas también a través de la poesía, el absurdo, la contradicción y la metáfora” (Laramée, 2006: s/p).

El caso de Jim Shaw es similar a los ya citados, tanto en los procedimientos metaficticios como en el cuestionamiento de la percepción común (*doxa*) de los estamentos culturales, pero en su caso el objetivo de la falsa exposición era el propio estatus del arte. En 2002, el artista presentó en el Swiss Institute de Nueva York la exposición *O-ism*, cuyo argumento era un movimiento religioso – el “O-ismo”- originado en paralelo al Mormonismo en el siglo XIX, y cuyo núcleo teológico residía en una diosa cuyo nombre no puede pronunciarse y que se representa únicamente mediante una “O”. El principal representante visual de aquel movimiento fue el pintor Adam O. Goodman, conocido por haber realizado un conjunto de grandes pinturas abstractas de campos de color (*color-field*) con la intención de infundir en la modernidad de los años 1950 una mayor espiritualidad. Pintor poco reconocido durante su vida, Goodman se ganó la vida de ilustrador bajo el seudónimo de Archie Gunn. La exposición mostraba el estudio y obras del pintor Goodman, al tiempo que se exhibía un amplia variedad de la imaginería que inspiró la obra de Gunn, la mayoría procedente de publicaciones comerciales.

LaFarge ha señalado que el proyecto de Shaw resumía los principios instrumentales de un arte ficticio: “la elaborada creación de *realia* (pinturas, archivos) en relación a la narrativa central; el uso recurrente de pseudónimos; la invención de personas ficticias que flotan en el lado de la suplantación dura y pura” (LaFarge, 2007: s/p). Y, a la par, señala la autora, el proyecto *o-ista* atinaba a poner en perspectiva la configuración veridictiva de lo real de una religión o de un artista, asumiendo así el objetivo finalista de todo *fake*: crear una metáfora, cuyo sentido final está en otra parte, en otro objeto, en otro texto.

Semejante al proyecto de Shaw, el trabajo *He Named Her Amber*, realizado por Iris Häussler en la Art Gallery of Ontario (Toronto) entre 2008 y 2010 también tenía como objetivo explorar la constitución de los baremos por los cuales se fijan los cánones estéticos. La obra consistió en la forja de una elaborada trama histórica con el fin de examinar las asunciones sobre la función social de las instituciones académicas y la confianza que en ellas se deposita. Tras el redescubrimiento en 2008 de las notas de Henry White, mayordomo de la centenaria casa Grange de Toronto entre 1817 y 1857, se da a conocer la historia de Mary O'Shea, una sirvienta de 17 años que aparentemente escondió en su día, por varios lugares de la propiedad, diversos objetos hechos por ella. White había esbozado unos dibujos que antropólogos canadienses interpretaron como una descripción de los escondrijos elegidos por la joven. Pronto encontraron un primer objeto tras una pared. White los llamaba en sus notas "waxen globules" (glóbulos de cera). Se trataba de artefactos compuestos de cera de abeja sustraída de los candelabros de la casa, de arcilla de campo, flores secas, fragmentos de porcelana, escamas de sangre humana, canela, azúcar, un mechón de pelo, un diente de leche y huesos animales. Con el mapa en la mano, un equipo de arqueólogos se dedicó a extraer con cuidado los objetos escondidos por toda la mansión. Da la casualidad que la casa Grange es hoy parte de la Art Gallery of Ontario, por lo que no hubo que ir muy lejos para exponer los objetos y permitir la visita aunque de forma restringida a grupos guiados. Al final de cada tour, se entregaba una carta firmada por Iris Häussler en el que veladamente revelaba la ficción (Jessup, 2013; y Häussler, 2010).

Mientras LaFarge proponía el término *Fictive Art* para definir las prácticas veroficticias, Mark Kingwell, profesor de filosofía canadiense, al ocuparse sobre imaginarios futuros de la práctica artística, acuñó en 2008 la expresión "arte conceptual háptico" para definir al conjunto de prácticas que apelan a la experiencia directa más que al discurso teórico. "Háptico" refiere por exclusión a todo el conjunto de sensaciones no visuales y no auditivas que experimenta un individuo (Kingwell, 2008: 126). Para el autor, el futuro del arte debe tomar

una nueva dirección inmersiva radical en la que “la economía de la imagen del artista se derrumba y el artista en realidad desaparece”: “el arte de las ideas que funcionan mediante la inmersión, incluso la violación (*ravishment*)” (Kingwell, 2008: 129)

También la historiadora del arte Carrie Lambert-Beatty, siguiendo a LaFarge y las teorías de la producción artística de paratextos, planteó en 2009 las técnicas del *make-believe* (hacer creer, fingir, fantasear) como una de las claves de futuras prácticas artísticas en un mundo “mediado por Wikipedia y Google”, que exige unas habilidades cruciales para distinguir las diversas fuentes de confianza y poder discriminar la aparente transparencia informativa (Lambert-Beatty, 2009). Para la autora, los estos artistas (*paraficcionists*) producen y manejan la plausibilidad o verosimilitud (entendiendo estos términos como opuestos a la precisión). Sin embargo, a su juicio, “la plausibilidad no es un atributo de una historia o de una imagen, sino del encuentro con los observadores, cuyas configuraciones variadas de conocimiento y de sus ‘horizontes de expectativas’ determinan si algo es plausible ‘para ellos’. Mientras algo similar es cierto en cualquier obra de arte – que su significado se produce en el encuentro con el espectador-, una paraficción crea una mutiplicidad específica” (Lambert-Beatty, 2009: 72).

Lambert-Beatty subrayaba una serie de trabajos que, a su juicio, encarnaban estas posibilidades de política hermenéutica. Uno de ellos es la obra titulada *A Tribute to Safiye Behar*, del artista Michael Blum, presentada en la 9ª Bienal Internacional de Estambul en 2005. A raíz de la demolición del apartamento original en la que supuestamente vivió Safiye Behar, profesora, traductora, judía, comunista y feminista que vivió a principios del siglo XX y que fue la supuesta amante del fundador de la moderna República Turca, Mustafa Kemal Atatürk, Blum produce una exposición con su historia mediante documentos como la correspondencia íntima e intelectual entre ambos, fotografías, cartas, libros, muebles originales y objetos personales. Para Lambert-Beatty, aquella obra abría la puerta a una revisión crítica de la metanarrativa, al confrontar a

dos públicos: el turco, dominado por la hagiografía nacionalista del fundador de la patria y secuestrado por una historia oficialmente reprimida, y el público internacional. El proyecto de Blum, no obstante, dejaba claves abiertas para poder interpretarse como ficción, que es lo que realmente era, una invención. Las reacciones fueron diversas: desde los críticos de arte que jugaron a seguir la ficción, hasta los que declararon que “la ficcionalidad había salvado a Behar del asesinato” (Lambert-Beatty, 2009: 53). Numerosos medios creyeron la historia a pies juntillas, incluso después de revelarse la ficción y tras la clausura de la exposición.

Otra de las obras sugeridas por Lambert-Beatty como ejemplo de aguda metaficción, aunque sin utilizar el formato exhibitivo, es la acción realizada por la artista Aliza Shvarts –estudiante en la Universidad de Yale- en 2008, consistente en inseminarse periódicamente, de forma artificial, durante un periodo de nueve meses, durante el cual se indujo abortos utilizando medicamentos abortivos. Se produjo un notable escándalo universitario, pero sobre todo entre los medios conservadores y antiabortistas de EE.UU, que iniciaron una campaña en su contra acusándola de ser una “asesina en serie”. El proyecto era, sí, ficticio (ver Lambert-Beatty, 2009: 68-71; y Shvarts, 2009).

Lambert-Beatty también daba cuenta del trabajo de Walid Raad realizado en 2001 y titulado *Hostage: The Bachar Tapes*. La obra es un documental sobre la “Crisis de los rehenes occidentales”, en referencia al secuestro y detención de ciudadanos occidentales como Terry Anderson y Terry Waite en el Líbano a finales de los años 1980 y principios de los 1990 por "militantes islámicos". Aquel episodio afectó profundamente la vida política y pública libanesa, estadounidense, francesa y británica, y precipitó una serie de escándalos políticos como el caso Irán-Contra en Estados Unidos. La cinta examina aquellos días a través del testimonio de Souheil Bachar, quien fuera hecho rehén en el Líbano entre 1983 y 1993. Lo notable de la cautividad de Souheil es que fue el único árabe detenido con los rehenes occidentales secuestrados en Beirut en aquellos años. De hecho, Souheil estuvo durante tres meses en 1985

en la misma celda que cinco estadounidenses. De las 53 cintas de vídeo realizadas por Raad, el artista sólo muestra dos en el extranjero, las números 17 y 31, en las que aborda los aspectos culturales, textuales y sexuales durante su detención junto a los occidentales.

En efecto, las cintas de Bachar cuentan historias ficticias, pero, al mismo tiempo, proponen un paradiscurso que contribuye eficazmente a explorar la convulsa relación histórica entre Occidente y Oriente Medio. Su eficacia radica en la capacidad para “tener un pie en lo real”, en provocar una reflexión de lo que fue pero que no pudo ser dicho porque las ópticas y perspectivas presentes, todas ellas enfrentadas, hacían inviable un punto de vista objetivo. Lambert-Beatty ha señalado, en este sentido, que “a diferencia de los mundos basados en hechos imaginados de la ficción histórica, en la paraficción los personajes e historias reales y/o imaginarias se cruzan con el mundo mientras están siendo vividas. Las estrategias paraficticias están orientadas menos hacia la desaparición de lo real que hacia el pragmatismo de la verdad. A diferencia de los mundos basados en hechos imaginados de la ficción histórica, en la paraficción los personajes e historias reales y/o imaginarias se cruzan con el mundo mientras están siendo vividas. Las estrategias paraficticias están orientadas menos hacia la desaparición de lo real que hacia el pragmatismo de la verdad.” (Lambert-Beatty, 2009: 54).

Se trata de una dirección conceptual participada también por Jacques Rancière: “La ficción de la era estética definió modelos para conectar la presentación de los hechos y la lógica de la ficción... Escribir historia y escribir relatos [*stories*] viven bajo el mismo régimen de verdad” (Rancière, 2009: 38). La verdad pragmática del lenguaje de hoy conlleva también la posibilidad de suspender los mecanismos generadores de pragmática, y jugar con las extrañas similitudes que existen entre imagen y realidad, entre metáfora y enunciado, entre lenguaje y verdad. Para ello, el formato documental, en manos de la paraficción, sirve a los artistas no sólo para proveer al relato de recursos biográficos e históricos “convincientes”, o de favorecer con ello un

estilo y tono de lenguaje *sincerista*, sino también para ofrecer un punto de vista, una interpretación de aquello que pudo haber pasado, que se sume a la propia mitología de los hechos que fundamentan el fondo histórico en el que el relato se inspira. Mark Nash, curador de la exposición *Experiments with Truth: The Documentary Turn* en 2004, ya señaló cómo el documentalismo se había convertido en una forma privilegiada de comunicación para este tipo de prácticas, proporcionando un metadiscurso que funciona como contrapeso a la “verdad” de nuestra vida política, social y cultural (Nash, 2008).

La historia, la ciencia, la academia, los archivos son temas que acostumbran a estar presentes en este tipo de prácticas (CE 5, 7, 13, 14, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 45). En la historia de la falsedad literaria o del falso documental de televisión o cinematográfico, el lenguaje científico e historicista ha sido utilizado frecuentemente por los falsarios para dar verosimilitud a sus historias. En el mundo del museo, el formato expositivo conducirá esas disciplinas *empoderadas* de saber hacia complejos espectáculos documentales, mediante el uso de técnicas museográficas y escenográficas que fomentan una interpretación mixta de lo expuesto, con cruces permanentes entre los paratextos producidos por las piezas, el relato que las une y el lenguaje de inmersión visual, cada vez más audiovisualizado. Esa deriva permite convertir a la exposición en artefacto mismo que puede ser deconstruido como régimen de autoridad. Dora Friengel —en realidad, seudónimo del crítico colombiano Efrén Giraldo—, al estudiar las últimas tendencias veroficticias en el arte colombiano (CE 11, 30), ha señalado cómo el formato expositivo, en la medida en que es un contenedor que no solo se puede llenar, sino que se puede volver también objeto de exposición, ha pasado a formar parte del instrumental habitual de este tipo de prácticas. Se trata de exponer “el mismo proceso de exposición, en una puesta en abismo de marcos, pedestales, divisiones, catálogos, accesos, siempre exaltados en la muestra. [...] hay un traslado metafórico de tal relieve del marco al ámbito del discurso” (Friengel, 2015: 91). Friengel-Giraldo retoma el concepto de ecfraasis utilizado por Michel Riffaterre. Ecfraasis refiere a la vieja figura retórica de la que no podemos escapar cuando queremos describir

imágenes y obras (Riffaterre, 2000: 167). Para Friengel, ello conduce a reflexionar sobre la “mecánica aseverativa” del discurso curatorial y expositivo, y a señalar “cómo lo que se expone y presenta como arte documental posee una fuerza de autoafirmación que no se ha calculado [...]. Esa es quizás, desde el punto de vista semiótico, la condición que asegura la legitimación a la que aspira el arte y el discurso que genera” (Friengel, 2015: 94).

El museo, al mismo tiempo, dispone de una autoridad *quasi*-religiosa sobre el concepto de vida en común, mediante su adscripción a una función redentora de las tensiones de la esfera pública: “Entre usted como visitante y salga como ciudadano” (Marzo, 2013). El camuflaje en este tipo de códigos autorizados, la inserción camuflada de virus, de *detournements*, en el lenguaje y recepción natural de estas disciplinas asegura al falsario el poder operar con un grado elevado de invisibilidad. Vitrinas, patrimonio, instrumental, mapas, marcos, reconstrucciones, cartelas, todo un paratexto al servicio del falsario y su intención de cortocircuitar “el natural fluir de las cosas”. Ilustra bien este asunto la anécdota relatada por Joan Fontcuberta, cuando en una visita de incógnito por su exposición *Fauna* (CE 5) en el Museo de Zoología de Barcelona, escuchó la discusión de dos visitantes, padre e hijo: el pequeño insistía que algunas de aquellos animales “no eran verdad”. Papá le contestó: “Pues claro que es verdad. Esto es un museo”.

### 3.1.3- HETERONIMIAS

Una historia del *fake* debe pasar ineludiblemente por la historia de la heteronimia, 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. Es relevante, en este punto de inicio, no confundir el heterónimo con el seudónimo. Álvarez Barrientos aclara la distinción con sucinta precisión: “Seudónimo es el nombre que un autor utiliza para firmar todas o algunas de sus obras, mientras

que heterónimo es el nombre de un autor imaginado, que tiene realidad mediante una biografía y una obra diferentes de las del autor que lo concibe” (Álvarez Barrientos, 2014: 28).

Las concomitancias entre la heteronimia y el fraude no deben ser desdeñadas aunque su especificidad es distinguible. La heteronimia es ciertamente impostura; sin embargo, no alienta un beneficio mercantil ni infringe los derechos de un autor existente, aunque sí su posición en el círculo cultural, como en el caso, que observamos en el caso de la parodia, de la realización de pastiches emulando estilos de otros autores. Puede constituirse, no obstante, como un medio de promoción, como cuando Marx y Engels 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 liberal. 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 (Engels, 1868: s/p).

La heteronimia es una impostura creativa que fomenta la exploración de nuevos límites de ficción. Está implícita en el seno mismo de la literatura. El escritor Ricardo Paglia ha señalado que el heterónimo moderno devino pronto una fuente inagotable en la reflexión cultural sobre la ficción: “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” (Paglia, 2001: 37). Será sobre todo durante las primeras décadas del siglo XX cuando numerosos autores emprendan el camino de lo apócrifo para cuestionar las herencias de sensibilidad, identidad y certeza. Joan Oleza indica que fueron tres los impulsos centrales en ese proceso: el marxismo y su concepción del sujeto y el estilo individuales en

relación a instancias sociológicas e ideológicas que los trascendían; el irracionalismo nietzscheano y su lectura de un yo como ficción; y el psicoanálisis, y su interpretación del retrato engañoso que se hacen de sí mismos los sujetos (Oleza, 2013). Max Aub, autor de uno de los más notables heterónimos de la historia de la cultura española (CE 10), Jusep Torres Campalans, 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 ecuanimidad ante la vida me hizo pensar que el teatro era la mejor manera en la que podía exponer mis ideas” (Rosell, 2012: 41). 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 juego que, a juicio de Maria Rosell, opera con binomios como los de verdad y mentira, autenticidad y falsedad, original y copia, y que “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” (Rosell, 2012: 132). Unas experiencias que espejan, distorsionadamente, como el *phántasma* de Platón, 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 parusía y su infierno.

El escritor portugués Fernando Pessoa, uno de los exploradores más lúcidos de la heteronimia, consideraba que fingir es conocerse, y que el más alto grado de percepción se encuentra en el “estado actual de no-ser”; un estado en el que autor se contempla desde la distancia, desde el “sentimiento de mutilación”, de “fragmentariedad”: “¿Qué sé yo del que seré, yo que no sé lo que soy?” (Pessoa, 1982: 55). La apuesta por una esquizofrenia crítica dota al

autor de heterónimos de una doble perspectiva: cuestiona su obligación para consigo mismo y le permite indagar sobre la constitución de la producción cultural, de sus procedimientos y efectos. La esquizofrenia no es una figura retórica simple en este asunto. Vale la pena recordar lo que el físico Julius Ashkin le escribe a Marvin Hewitt, alias el propio Julius Ashkin, pidiéndole que cese su usurpación de personalidad: “Me gustaría ayudarle a sobreponerse de lo que debe haberse convertido para usted en un peso casi intolerable” (Schwartz, 1996: 69). La táctica esquizofrénica -o esquizoanalítica, tal y cómo fue concebida por Deleuze y Guattari (Deleuze, Guattari, 1985)- presenta al autor la posibilidad reinventarse y observarse en formatos y contextos en su exterioridad, analizando precisamente los fragmentos perdidos de la propia interioridad. Pessoa se veía a sí mismo como “un fragmento de mi conservado en un museo abandonado” (Oleza, 2013: 3). La heteronimia persigue la creación de un recorrido por ese museo de restos desperdigados y olvidados del sujeto creativo moderno como forma de desligarse de la hipoteca del propio estilo y de la imposición de las disciplinas culturales de consistencias de autoridad textual.

La condición de “exterioridad” es, por consiguiente, clave en las prácticas heteronímicas. Álvarez Barrientos destaca de ellas que “lo que las hace falsas está fuera de la propia obra: el hecho de que nacen con la intención de engañar” (Álvarez Barrientos, 2012: 13). La heteronimia busca insertarse en la vida real, más allá de ser un producto cultural, porque se trata de colocar un autor no en el mundo del arte y o de la literatura, sino como una realidad propia y fundamentada en sí misma, mediante la creación de paratextos como la biografía, retratos y fotos que atestiguan su existencia y hacen posible después su vida en los círculos culturales y en los medios de comunicación. El ejemplo de Roberta Breitmore es aquí paradigmático. Roberta Breitmore fue un personaje de compleja elaboración creado por la artista estadounidense Lynn Hershman entre 1974 y 1978. Su paratexto era muy sofisticado: disponía de su propia forma de escribir, de su estilo para vestir o para peinarse, de un apartamento propio, de un psiquiatra, de tarjetas de crédito, de amantes, de

toda una historia desde su llegada a San Francisco. Hershman contrató a tres diferentes *performers* para interpretar a Roberta. Todo era documentado y fotografiado a fin de expandir la realidad misma de la ficción (Hershman, 1978; Tromble, 2005).

Cabe insistir aquí, una vez más, en la distinción entre la heteronimia que desea suplantar y la que tiene por intención crear *ex-nihilo*, ya sea un personaje o una obra. Casos como los de Helen Darville y Bruno Grosjean, que construyeron obras literarias de supuestos supervivientes del Holocausto (Groom, 2004: pp. vii-xiii)– y que espejan literariamente lo ocurrido con Enric Marco, el impostor que se hizo pasar por superviviente de un campo de exterminio nazi y que durante décadas fue el presidente de la sección española de la Amicale de Mauthausen (Cercas, 2014)-, no son heteronimias que persigan el emplazamiento de una identidad singular, sino apócrifos que pretenden sustituir una realidad por otra, falseando lo que de verdadera realidad tiene el objeto y contexto histórico del que se basan para formalizarse. Distinto es, por ejemplo, el caso del violinista Fritz Kreisler (1875-1962), quien “descubrió” numerosas partituras para violín de compositores como Vivaldi o Couperin en distintos monasterios y bibliotecas de Italia y Francia. Poco antes de morir confesó que las obras eran suyas y que las había compuesto para poder lucir su destreza como intérprete, al considerar que el repertorio era reducido (Álvarez Barrientos, 2014: 22). Diferente también es la obra del escritor japonés Araki Yasusada, supuestamente un poeta superviviente de la explosión de la bomba atómica de Hiroshima en 1945 -un hibakusha-, fallecido a causa de un cáncer en 1972. Su hijo descubrió en 1980 catorce libros de notas que incluían poemas, cartas y dibujos, y en 1991 empezaron a aparecer en las principales revistas literarias de Estados Unidos -traducidos por Tosa Motokiyu, Okura Kyojin, y Ojiu Norinaga-. El descubrimiento de que se trataba de un engaño -el propio texto manuscrito daba pistas a fin de revelar su condición- produjo un embarazoso escándalo para aquellas publicaciones, que habían celebrado sin límites lo que parecía una nueva estrella en el firmamento literario de la vanguardia poética japonesa. Se supo que uno de los principales traductores al

inglés, Tosa Motokiyu, era en realidad el seudónimo del auténtico poeta, que había dejado un testamento que estipulaba que jamás se revelaría su identidad. Yasusada se supone obra del profesor estadounidense de literatura de la Universidad de Illinois, Kent Johnson, aunque este nunca lo ha confirmado. La impostura fue considerada “un acto criminal” por Arthur Vogelsang, editor de *American Poetry Review*, revista que había publicado en 1996 un suplemento especial con la serie completa de los poemas de Yasusada, bajo el título “Doubled Flowering: from the Notebooks of Araki Yasusada”, incluyendo un supuesto retrato del autor. Sin embargo, numerosos críticos apoyaron la obra, alabando su calidad literaria (Ver Ruthven, 2001).

Si Pessoa sostenía que deseaba ser el escritor que no podría nunca ser, Kreisler y Johnson forjaron sus imposturas con la vista puesta en explorar aquellas obras que podrían haber sido y haber podido relacionarse con su propia sensibilidad. La heteronimia, contemplada desde esta perspectiva, es, en pleno derecho, materia sensible de la construcción cultural del sentido, no simulacro de una historia que sí existió, como en los ejemplos citados de manipulación histórica.

Esa condición *sine qua non* de la heteronimia que aquí nos ocupa, esto es, que no pretende una suplantación sino que busca la creación de una realidad propia, conduce a que sean el arte y la literatura los ámbitos (acaso los únicos) de su mayor despliegue y desarrollo, ya que en ellos la gestación y nacimiento de autores ficticios evitan el peligro de la mera falsificación de una supuesta fuente original o de la tergiversación de hechos científicos, patrimoniales o históricos. La heteronimia literaria o artística es, de por sí, original en sí misma: lo que esta cuestiona no es la existencia legítima de un autor y de una historia, sino los mecanismos y dispositivos de percepción y juicio de los mismos. En este sentido, la voluntad invisibilista de la autoría apócrifa revela una plena exaltación del ejercicio de la ficción en clave de liberación de las ataduras de los rigores exigidos al autor y al estilo, proporcionando la posibilidad de crear mundos en los que habitan otros autores, algo a lo que la institución crítica se

revelará hacia finales del siglo XIX, cuando comience a considerarse a sí misma una especie de ciencia legítima y seria. La heteronimia expone, por tanto, la pugna entre la libertad perdida del autor y la exigencia crítica de identificación proyectada por la crítica para sostén de su propio quehacer.

Ciertamente, será la literatura quien abra el sendero de estas prácticas, pero incluyendo en su seno evidentes implicaciones artísticas. En la sección que se ocupa de las imposturas históricas ya hemos observado cómo el Romanticismo favoreció la generación de falseamientos literarios convenientes para los nacientes nacionalismos europeos. Sin embargo, de forma paralela, las heteronimias meramente literarias también cobraron renovado cuerpo gracias las tensiones producidas por el surgimiento del sujeto moderno. Y decimos “renovado”, porque ya con anterioridad podemos encontrar decenas de casos. Lope de Vega, por ejemplo, se inventa a un autor llamado Tomé de Burguillos. Le hace aparecer en las justas poéticas madrileñas de 1620 y 1622, en las que filtra informaciones sobre él, como su lugar de nacimiento, para recuperarlo más tarde en *Rimas humanas y divinas* (1634). Tomé sirve para ocultar la jocosidad, la burla, la sátira y el carácter festivo de esos versos, que Lope no quería firmar con su propio nombre dada su condición sacerdotal (Álvarez Barrientos, 2014: 185).

En 1800, José Marchena, editaba un fragmento perdido del *Satiricón* de Petronio (*Fragmentum Petronii*), supuestamente descubierto en un códice del monasterio de Saint Gall (Suiza). La impostura tendría un recorrido singular e inesperado. Cuenta Álvarez Barrientos, que tras conocerse la ficción, Marchena vuelve a París y se encuentra con el anticuario y filólogo Eloi Johanneau quien declara que el fragmento es en realidad una interpolación antigua, realizada por un monje del siglo XII, que él descubrió y leyó en la Biblioteca Imperial, que el pasaje es más largo y más erótico que el presentado: “Marchena habría quedado estupefacto al tener en sus manos el pastiche de Johanneau, y como apunta Álvarez Barrientos, probablemente se divertiría al ver cómo crecía el hijo que había que concebido”. No sólo eso: “Años más tarde, el profesor

Eichstaedt, de la Universidad de Jena, destacó los ‘errores’ de la impostura, al declarar que lo publicado por Johanneau era parte de un fragmento mayor que poseía la biblioteca de su Universidad [...]” (Álvarez Barrientos, 2014: 221-223).

Álvarez Barrientos también da cuenta del caso de Manuel Gómez Imaz y Enrique de Leguina. Ambos fueron los responsables del apócrifo que en 1897 presentaron a dos amigos coleccionistas de libros de Sevilla, los hermanos Pérez de Guzmán y Boza -duque uno, marqués el otro, tertulianos de altos vuelos-, a fin de hacerles ver lo ridículo de su avidez por adquirir constantemente nuevas obras sin un criterio claro. Crearon un autor del siglo XVIII llamado fray Enrique de Polanco y compusieron un romance supuestamente suyo, titulado *Crisol de la verdad*, editado en 1842 con un prólogo firmado por T. E. B. y P. I.. Hicieron correr noticias fragmentarias sobre el romance y su autor en las tertulias literarias a las que asistían habitualmente ambos hermanos, sin que los transmisores fueran conscientes siempre de que estaban diseminando información falsa. Para atraer mayor interés, en el texto del romance se hace mención a la antigua casa madre que viera nacer la ennoblecida estirpe familiar de los hermanos. El prólogo cumplía además todos los requisitos de verosimilitud literaria, lingüística e histórica del momento de la edición, con todos sus dejes de erudición de entonces -no exentos de ironía reveladora-, y el manuscrito había sido tratado de manera que asemejara de época. La tirada fue de siete ejemplares, “destinados a los hermanos, Antonio Cánovas del Castillo, Menéndez Pelayo, Eduardo de la Pedraja, bibliófilo santanderino, y a los propios autores”. Los falsarios, conocedores de las costumbres de los hermanos -que en verano se iban, uno a Lisboa y otro a Madrid-, enviaron “con las oportunas instrucciones” sendos ejemplares a dos libreros de esas capitales, a cuyos negocios acudían los bibliófilos, de modo que pudieran “encontrar” su *Crisol* y regresar a Sevilla con el botín. Naturalmente, los hermanos picaron, y cuál no sería su sorpresa al presentar al mismo tiempo sendos ejemplares a la audiencia de la tertulia sevillana. La firma del prólogo T. E. B. y P. I. ocultaba “Todo es broma y pura invención” (Álvarez Barrientos, 2014: 267-274).

En Francia, Prosper Mérimée, se inventaba una dramaturga española del siglo XVII, Clara Gazul, de sangre morisca, cuyas obras publicaba en francés bajo el título de *Théâtre de Clara Gazul* (1825), precedidas de un retrato de la dramaturga por Étienne-Jean Delécluze (Oleza, 2013: 3). La tradición de falsarios literarios en Francia en el cambio de siglo no es menor: Pierre Louÿs, Valéry Larbaud, Paul Valéry o André Gide, forman ya parte de un brillante elenco creador de heterónimos (Carpenter, 2009). Fernando Pessoa dispondrá de decenas de alter-egos; Antonio Machado dispondrá de Jorge Meneses, Juan de Mairena, Abel Martín, “poetas que no existieron, pero que debieron existir, y que hubieran existido si la lírica española hubiera vivido su tiempo”; y hasta pergeñó un tal Antonio Machado: “Antonio Machado. Nació en Sevilla en 1895. Fue profesor en Soria, Baeza, Segovia y Teruel. Murió en Huesca en fecha no precisada. Algunos lo han confundido con el célebre poeta del mismo nombre, autor de *Soledades*, *Campos de Castilla*, etcétera” (Oleza, 2013: 4). Federico García Lorca creará sus propias máscaras en personajes como Isidoro Capdepón, poeta reaccionario y protofalangista; José María Eça de Queirós engendrará a Fradique Mendes, dandy finisecular y revolucionario del arte; Eugeni d’Ors dará a luz a Octavi de Romeu. Wolfgang Hildesheimer inventa en 1981 una biografía ficticia de Marbot, un aristócrata y crítico de arte inglés del siglo XIX que nunca existió, engañando y deleitando a la vez a los lectores tras su publicación (Hamburguer, 2014: 87-97; Abramson, 2004: 75-90); el reverendo Toby Forward crea en 1987 a Rahila Khan, una novelista feminista asiática (Knight, Long, 2004: 4); Sabino Ordás será el intelectual republicano venido de Estados Unidos en 1977 para escribir en las páginas culturales del periódico *Pueblo*, sólo que, en realidad, fue creado por Juan Pedro Aparicio, Luis Mateo Díez y José María Merino. Su retrato fue realizado por Dalí, y hasta por Jusep Torres Campalans, el más famoso heterónimo español, producto de Max Aub.

“Copia es copia, y como tal se vende [...] Pero ‘fabricar’ originales tiene otro nombre”, le espeta 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*? ¿Quién es Jusep Torres Campalans? Fue el escritor Max Aub su descubridor (CE 10). En 1958, Aub da extensa noticia de él en un libro publicado en Ciudad de México, en dónde 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, quien 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 (Aub, 1970; Fernández, 2002; Huici, 2003; Rosell, 2012).

El caso de Jusep Torres Campalans es singular porque aúna una heteronimia literaria y otra artística. Su peculiaridad y fuerza subraya el hecho de que toda heteronimia es, en el fondo, un ejercicio literario. Como hemos visto al analizar el paratexto, todo *fake* es un relato que necesita de subtextos para componerse y sobre todo para sobrevivir en la intemperie no literaria de la vida. La biografía, el retrato, un cuerpo epistolar, los amigos, los compinches, son parte de una ficción que debe tener ligaduras tan sólidas como un buen guión. Es necesario partir de esta condición para analizar las heteronimias que se producen en el ámbito del arte.

En 1973, una joven crítica neoyorquina llamada Cheryl Bernstein publica un artículo titulado “Fake as More” en el libro editado por Gregory Battcock *Idea Art*, dedicado a analizar y promover el arte conceptual en Estados Unidos (Bernstein, 1977). En el texto, Bernstein elogia las réplicas realizadas por el artista Hank Herron de obras de Frank Stella y expuestas en una galería de Nueva York. Trece años después, un historiador del arte descubrió que la historia de Herron - su obra, su figura, la galería- era enteramente falsa. Se trataba de un historia veroficticia creada por la historiadora del arte Carol Duncan. Recordemos que Frank Stella era entonces uno de los más destacados y prolíficos artistas estadounidenses, en la línea de la pintura abstracta geométrica. Stella condujo esa línea hacia un matiz más conceptual y menos gestualista. Cuando el artista tenía 29 años, el Museo de Arte Moderno de Nueva York le organizó una retrospectiva de su obra, en un evento que fue polémico dada la juventud del pintor. ¿Qué es, por tanto, lo que perseguía el *fake* de Duncan?

El historiador Thomas Crow, al ocuparse del tema, ha señalado que sólo es comprensible lo ocurrido en el marco de la “extrema involución de la pintura

moderna tardía y las vastas elucubraciones filosóficas referidas a las mismas” y que fueron “objeto de una velada parodia” (Crow, 2000: 107). Herron, a su juicio, representaba una reflexión sobre la relación entre original y copia: el copista se enfrenta el vacío de la originalidad como concepto. Herron ya no buscaría la autenticidad en la expresión artística, eliminando así los vestigios románticos y utopistas, y planteando un nuevo modelo de relación con el pasado. En este sentido, las obras de Herron serían los “modelos” de la obra de Stella, mejores que los propios originales, fenomenológicamente más perfectos al no hallarse en ellos las hipotecas de una sensibilidad periclitada. Crow presenta así una lectura profundamente positiva del uso de lo falso como forma de reinterpretar la tradición y del papel de la copia anacrónica como portadora de aquella información histórica que no estaba en el original, de forma similar a cómo Jorge Luis Borges hizo que Pierre Menard escribiera de nuevo el Quijote de modo idéntico al original, pero con la diferencia de que la copia podía explicar algunas cosas que habían ocurrido desde que Cervantes entregara su manuscrito a las prensas.

Bajo esta perspectiva, el *fake* se constituye como una alternativa a la lectura canónica y autocomplaciente de la historia. Partiendo de la tradición, personajes como Herron la actualizan forzando sus niveles de productividad. Se trata, ha indicado Álvarez Barrientos, de una actuación siempre moderna porque siempre es contemporánea: “Lo apócrifo ha de entenderse como una forma de reorganizar el saber, el mundo, la historia, la tradición, el presente y el futuro, y, en este arduo trabajo, tienen un papel esencial aquellos gestores de heterónimos que los utilizan para filtrar sus visiones del pasado, del tiempo contemporáneo, de sus prospectivas” (Álvarez Barrientos, 2014: 383).

Un gran número de heteronimias nace de la insatisfacción con la aplicación de los criterios de interpretación cultural, también del resentimiento y del despecho, o por el afán de crítica al cerrado y endogámico estamento artístico, o como medio para ridiculizar a los medios, siempre proclives a bromear sobre el éxito y la atracción de unas figuras excéntricas como las representadas

tradicionalmente por los artistas. Los casos, en este sentido, son muy abundantes. Ya veremos en breve el caso de Jonathan Swift e Isaac Bickerstaff. El romanticismo hizo uso constante de la táctica. Osip Ivanovich Senkovskii, editor de una de las revistas más importantes del Romanticismo ruso, se inventó una serie de autores para ridiculizar a Pushkin y sus aliados (Frazier, 2007: 9). Uno de los casos más notables en el ámbito literario se produjo en Australia, cuyos efectos alcanzaron no solo el tiempo coetáneo sino que se alargaron en la propia historia de la literatura del país. En 1943, los escritores conservadores James McAuley y Harold Stewart crearon a un poeta de nombre Ern Malley y un conjunto de poemas de su factura con la intención de mofarse de la revista cultural de izquierdas *Angry Penguins*, y de su director, Max Harris. Parodiando el estilo de la poesía vanguardista del momento, y añadiendo contenido obsceno, McAuley y Stewart elaboraron 16 poemas y los enviaron a la revista bajo la guisa de Ethel, la única hermana viva de Malley. Harris y los miembros de la redacción quedaron fascinados con los poemas de Malley y le dedicaron un número entero a su obra. Enseguida se conoció la impostura, causando además la detención de Harris y su condena por publicar material con contenido sexual. La revista tuvo que cerrar en 1946. Sin embargo, los poemas de Malley fueron inmediatamente admirados por un amplio sector intelectual del país, aún sabiendo que se trataba de un *fake*. Hoy en día, la obra de Malley es considerada como un conjunto literario de gran hermosura, altamente creativo y con derechos culturales propios, y está incluido en el *Penguin Book of Modern Australian Poetry* (Herron, 2002), aunque hay autores que indican que la proliferación de *fakes* en la literatura australiana, inspirados en parte por el caso Malley, serían el “síntoma del fracaso de la literatura y del triunfo de lo comercial”, una suerte de “manifestación de la condición dañada de la literatura” (Takolander, 2005).

Otro caso singular de heteronimia literaria con fines de despecho respecto a la autoridad académica es el del escritor francés Romain Gary. En 1956, Gary recibe la noticia, tras ser habitualmente ignorado por la crítica, de que ha ganado el prestigioso premio Goncourt de novela, con *Les racines du ciel*. Es

entonces cuando diseña una estrategia tendente a vengarse de la crítica mediante el uso de un sobrino suyo, Émile Ajar. Ajar, en tanto que personaje, es un médico de dudosa reputación, poeta inédito, abortador y criminal, con un pasado borrascoso y espeso a sus espaldas, que vive en Copenhague, mientras que, en realidad, está alojado en la casa de su tío en el Barrio latino de París. Gary envía un manuscrito supuestamente escrito por Ajar a la editorial Gallimard que enseguida lo publica bajo el título *Gros-câlin*, y cuyo éxito es tan significativo que gana el Goncourt de ese año. A través de Ajar, Gary pide, suplica y ruega al jurado del premio que no se lo otorguen, consiguiendo su deseo. La farsa todavía no ha llegado a su punto culminante. En 1975, Ajar recibe de nuevo el galardón por la obra *La vie devant soi*, pero en esta ocasión no lo desdeña. El premio Goncourt no se puede otorgar dos veces al mismo autor. Pero nadie sabe todavía que Ajar y Gary son la misma persona literaria. En 1979 se publica el último libro de Ajar: *L'angoisse du roi Salomon*. En él, se lee en boca de uno de los personajes al final de la novela: "Me he divertido. Hasta la vista y gracias". En 1980, Romain Gary se suicida. Seis meses después, Émile Ajar, maltrecho por las anfetaminas y el alcohol, declara que Émile Ajar, el escritor, no era él sino Romain Gary. El escándalo es mayúsculo, lo mismo que el ridículo del comité literario de los Premios Goncourt (Ver Arroyo, 2003: 46-47).

En el ámbito del arte, el uso de la heteronimia ha sido constante, representando sólo la punta visible de un iceberg –la historia del arte- que hunde su masa en aguas apenas transparentes. Bien sea para ridiculizar a los profesionales que dictan los cánones culturales (críticos, periodistas, galerías, museos), bien sea para mofarse de artistas en concreto –en razón de un éxito que despierta envidias-, ya sea para parodiar la credibilidad o mala fe de los medios de comunicación, la heteronimia se ha convertido en un instrumento de indudable eficacia desenmascaradora. Los años 1920 y 1930 se convirtieron en caldo de cultivo de estas prácticas, cuando la amplia difusión del arte de vanguardia encontró en sus detractores, sospechosos de los criterios que

fijaban los nuevos criterios estilísticos, fervientes entusiastas de la broma y la impostura como forma de desvelamiento.

La gota que colmó el vaso de la paciencia del novelista estadounidense Paul Jordan-Smith (CE 12) 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". Dejó escrito Jordan-Smith:

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 (Jordan-Smith, 1960: 12).

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. Algunas crónicas manifestaron que "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 (Jordan-Smith, 1960: 22).

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 desmayo de todos sus críticos y coleccionistas.

Casos como el Jerdanowitch son muy numerosos en aquellos días. Ejemplos como los de Bruno Hat, A. Gamio, D. S. Windle o Naromji, muestran el potencial que se apreció en la heteronimia como forma de protesta frente a la “falta de sensibilidad” del arte moderno. Bruno Hat fue un pintor creado por los británicos Brian Howard y John Banting, quienes en 1929 prepararon una muestra de sus obras –pinturas sobre esteras de corcho-, con un catálogo prologado por la escritora Evelyn Waugh. El objetivo era tomar el pelo a los columnistas de arte de los principales periódicos, ya que en opinión de Howard y Banting, no tenían la más mínima noción de arte (Lancaster, 1995). A. Gamio, por su parte, era el nombre del artista cuya obra *Mrs. Katz of Venice, Cal* fue clamorosamente aplaudida por el crítico de arte de *The New York Times*, Edward Alden Jewell, tras visitar la exposición anual de la National Academy of Design en 1934. Sin embargo, la obra, que mostraba a una anciana con gafas y una revista, procedía de la mano del conocido artista Hugo Ballin, cuya propia obra había sido descartada para la exposición. En opinión de Ballin, “cualquier cosa” servía en el arte moderno (Hoaxes, 1997). A su vez, D. S. Windle era la firma de la obra *Abstract Painting of Woman* colgada en la Exposición

Surrealista Internacional de Londres de 1936, una “fantasmagoría de gotas de pintura, bolas de color variado, un pedazo de esponja, una guirnalda de Navidad, un trozo de cigarrillo y trozos de pelo”. Tuvo que ser retirada cuando se supo que el pintor B. Howitt Lodge la había pintado como “protesta contra uno de las exposiciones más deformes y desagradables que jamás haya visto”. Los organizadores de la exposición replicaron que aunque la obra era un fraude, representaba, sin embargo, una apariencia genuinamente surrealista (Hoaxes, 1997). Por último, Naromji responde al nombre del pintor cuya obra *Three Out of Five* fue presentada en una importante muestra de arte abstracto organizada por Los Angeles Art Association en 1946. La pieza consistía en un conglomerado de pintura, tiza, recortes de revista, esmalte de uñas de carmín, un pez, una cabeza, un brazo, una pierna cortada de un anuncio de lencería y uno de los ojos del comediante Fred Allen. Finalmente, se reveló que, en realidad, se trataba de una broma del publicista Jim Moran a fin de ridiculizar a los críticos “de pelo largo”

El *fake* como vía de ridiculización alcanza con el uso de animales su punto más álgido, ya que multiplica el efecto de ridículo deseado. Así, Roland Dorgelès envió al Salón de los Independientes de París de 1910 un cuadro paisajístico titulado *Puesta de sol en el Adriático* y firmado por un tal Joachim-Raphaël Boronali, supuestamente nacido en Génova, que fue aceptado, recibiendo crónicas excelentes por parte de la crítica. El cuadro había sido en realidad elaborado por Dorgelès, frente a notario, sirviéndose como pincel de la cola de un asno impregnada en un cubo de pintura. Cuando Dorgelès reveló la trampa, la prensa, que el día anterior había cantado las excelencias del cuadro fauvista, celebró la broma cuestionando la autoridad del mundo del arte. Un diario tituló la noticia: “Un asno, jefe de escuela pictórica”. (Heinich, 2010: 12 y 18; Grojnowski, 1991).

En 1949, la pintura *Figure of Eight, Skegness*, en referencia a la montaña rusa del parque de atracciones inglés de Skegness, fue exhibida en una muestra de arte en la pequeña ciudad de Loughborough. La crítica alabó lo que consideró

“un fino ejemplo de modernidad en el color”. Enseguida se reveló que el autor de la obra era Tommy Warbis, un niño de seis años de edad. Tommy había untado una cartulina blanca con pinturas multicolor para después dejar que su gato se sentara en el centro mientras la pintura aún estaba húmeda. El padre de Tommy, un artista comercial que despreciaba el arte moderno, había sido invitado a enviar obra a la muestra pero envió en cambio la obra de su hijo como broma para comprobar el conocimiento del arte por parte de los expertos (Hoaxes, 1997).

En 1964, las pinturas del artista francés de vanguardia Pierre Brassau fueron expuestas en Suecia, consiguiendo el aprecio de un número considerable de críticos, uno de los cuales describió la obra de Brassau como poseedora de la “delicadeza de una bailarina de ballet”. Poco después, se reveló que las obras habían sido realizadas por un chimpancé del zoo sueco de Boras. La broma corrió a cargo de un periodista molesto con lo que consideraba falta de criterios de juicio de la crítica profesional. La prensa se cebó con el estamento crítico (Hoaxes, 1997).

Ya más cercano a nuestros días, en 2007, el programa de televisión “El buscador”, de la cadena española Tele5, introdujo subrepticamente un cuadro pintado por niños de 2 y 3 años en un stand de la feria ARCO de Madrid. Ninguna de las personas invitadas a contemplar el cuadro y entrevistadas por los periodistas del programa sospechó sobre la autoría, y todas ellas expresaron altos criterios estéticos para interpretar la obra. La cadena aireó profusamente la grabación, siendo rápidamente difundida por el resto de medios, lo que contribuyó a una campaña general de descrédito del arte contemporáneo en numerosas plataformas y redes sociales.

En 2009, los óleos abstractos de la artista Aelita Andre fueron expuestos en una muestra de Melbourne (Australia) junto a la obra de los reconocidos artistas Nikka Kalashnikova y Julia Palenov. El crítico de arte de la revista *The Age* señaló que las obras de Andre eran “abstracciones creíbles que acaso juegan

con fondos asiáticos mediante las tonalidades rojas, firmemente asentadas en relaciones entre fondo y figura”. Sin embargo, Andre era una niña de 22 meses, y más en concreto la hija de Kalashnikova, quien simplemente había querido poner en jaque a los críticos (Museum of Hoaxes).

Nathalie Heinich, al observar este tipo de fenómenos -entre los que podríamos incluir el efecto de la revelación pública de errores profesionales como colgar obras cabeza abajo por parte de galerías y museos sin saberlo- destaca que, en general, ataca al “régimen de singularidad” del arte establecido especialmente a partir del movimiento impresionista. Se trata de reacciones que no van dirigidas sólo contra las propias obras, consideradas inconvenientes o mal ejecutadas, sino también contra la personalidad de sus autores, estigmatizados como insinceros, provocadores o vagos, espejando la consideración moral de la autenticidad que se le exige al artista moderno y al profesional de la crítica y la academia (Heinich, 2010: 18).

El uso del *fake* heteronímico también puede observarse en base a la voluntad de desplegar una trampa hacia los propios medios de comunicación o las instituciones culturales, en el sentido de revelar cómo sus lógicas tienden a espectacularizar y estereotipar procesos sociales y culturales. Se trata de una tendencia en auge especialmente a partir de los años 1980, cuando muchos de los nuevos formatos de la televisión y de los festivales de arte devinieron en dispositivos de alienación y desmemoria, sometidos estrictamente a la consecución de audiencia y plusvalía. Hay numerosos ejemplos en este sentido.

Tras una invitación cursada por el Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla, y en el contexto del año de la Expo92, el colectivo Agustín Parejo School (1982-1994) aprovechó el Quinto Aniversario del “Descubrimiento” de América para producir un ejercicio de veroficción. El resultado fue la exposición de las obras de un ficticio artista ecuatoriano llamado Lenin Cumbe (CE 33). Un miembro del grupo, 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 local y mediante procedimientos manuales, de la imagen mediática, clónica, tecnológicamente creada y difundida”, y que pinte a menudo sobre el mismo televisor. Y se le invita a España con el objetivo de una futura exposición en Sevilla. 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 Expo92 (APS, 1992; Parreño, 2002: 302-305).

Los círculos que operaron en Italia alrededor de la red Luther Blissett (CE 19, 20, 34, 37) se sirvieron también de este tipo de prácticas a modo de ariete contra unos medios de comunicación cada vez más dominados por una comunicación banal y en conexión con unas instituciones artísticas que usaban del escándalo como materia prima. En “Políticas de la parodia”, reseñamos dos heteronimias singulares –Harry Kipper y Darko Maver (CE 20)- que sirvieron para contrarrestar la degradación informativa de ciertos medios de comunicación. De similar perfil es la acción llevada a cabo por el artista colombiano Lucas Ospina en 2008 (CE 11).

En septiembre de aquel año, 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 (Bogotá). 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. El caso es que la reivindicación era falsa. 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 estados 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 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 (Martín, 2012). Lucas Ospina siempre ha cultivado una gran querencia por el *fake*, un formato por otro lado habitual en determinados círculos del reciente arte colombiano (Acosta, Duarte, 2015). Años antes, 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.

Efectivamente, la figura de Pedro Manrique Figueroa había sido creada en 1996 por 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” (Frengel, 2015).

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, perdiéndose el rastro y permitiendo el mito. La vida y obra de Manrique Figueroa fue el pretexto al que acudió el 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* (CE 30), 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)tificado 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?” (Ospina, 2007: 96).

*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 vertebración 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 conducen a caminos de poca fortuna y de fracaso, por no poseer el suficiente talento o astucia para triunfar” (Ospina, 2007: 97).

Muchos otros casos recientes demuestran cómo el arte contemporáneo ha hecho de la heteronimia no ya una singularidad sino un cuerpo de prácticas casi diríamos generalizado, es el del artista Nat Tate. En la víspera del April Fools Day de 1998 (1 de abril, el equivalente anglosajón al Día de los Inocentes), se presentó en el estudio neoyorquino del artista Jeff Koons un libro sobre la historia de un artista olvidado llamado Nat Tate, quien, habiendo sido un expresionista abstracto, destruyó el 99% de su obra para después

suicidarse. Sus introductores fueron celebridades como el cantante David Bowie, escritores como Gore Vidal, John Richardson (biógrafo de Picasso) y renombrados editores como Karen Wright. Los medios recogieron la presentación y celebraron al singular personaje y lo poco que quedaba su obra. Al poco tiempo, se reveló que todo había sido una broma del escritor William Boyd, quien había construido una biografía a través de fotografías descartadas y anónimas compradas en mercadillos de segunda mano (Boyd, 2011a,b). El nombre de Nat Tate era una suerte de acrónimo entre National (Gallery) y Tate (Gallery). La intención de Boyd y de sus socios era parodiar la figura clásica del artista atormentado y fracasado: un tipo de historia muy apreciada por los medios siempre deseosos de dramas creativos con final desgraciado, pero también por el circuito artístico, cuyas ventas aumentan en proporción a la tragedia de los creadores.

Así, tenemos a Mark Beard, artista con múltiples heterónimos (Bruce Sargeant, Hippolyte-Alexandre Michallon, Edith Thayer Cromwell, Brechtholdt Streeruwitz, Peter Coulter...) (Beard, 2013); a César Escudero, creador de Tenia Simbionte, dedicada a la apropiación cultural (Escudero, 2012); a André Burian, fotógrafo creador de Seomar ("Tengo pereza del artista consciente, del arte conceptual. Siempre admiré al artista popular, que, como Seomar, hace cosas extrañas sin pensar demasiado. Pero no estoy loco, así que no podía usar mi nombre") (Oliveira, 2016); a la comisaria Susan O. Campo, creada por el artista Domingo Mazzilli para parodiar el mundo de los comisarios de exposiciones; a Konstantin y Yuri Shamanov, elaborados por Jake y Dinos Chapman (The Chapman Brothers); 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 George Paul Thomann, un artista austríaco muerto en 2005 creado por el colectivo Monochrom, fundado por Johannes Grenzfurthner. Thomann fue "cocinado" en respuesta al dilema planteado por la invitación hecha al grupo por el gobierno austriaco para representar al país en la Bienal de Sao Paulo de 2002, estando la ultraderecha en el poder. Thomann

hizo de avatar del grupo, que delegó en él la responsabilidad de la representación (Grenzfurthner, 2006).

#### 3.1.4- EL FALSO DOCUMENTAL

Al ocuparnos del contrato de veridicción, del dispositivo por el cual establecemos la competencia del emisor a la hora de atribuirle una conducta racional y un enunciado veraz, veíamos que la institucionalidad de un mensaje no reposa sobre su condición administrativa o pública, sino sobre el ropaje con el que se viste para ser considerada “competente” (Foucault, 1977; Williams, 2006). Una condición esencial de las prácticas de verificación es la exposición de esas vestimentas de objetividad, de competencia, en determinados formatos especialmente percibidos como veraces, como es el caso del documental o el reportaje histórico-periodístico, cuyas técnicas narrativas, visuales y procesuales ofrecen un tipo de enunciado aparentemente ajeno al “propio” de la ficción. De ahí, que el documental falso (algunos de cuyos mejores ejemplos forman parte de los Casos de Estudio) se haya erigido como una de las formas más conspicuas a la hora de desenmascarar estos lenguajes de veracidad, partiendo de la base de una comprensión de la investigación periodística fundamentada en la pragmática, en la retórica que proporciona verosimilitud y que conduce a la utilidad.

Un falso documental (mofumental, docuficción, *faux documentaire*, *mockumentary*) 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. 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 a fin de generar un alto grado de verosimilitud. La literatura académica lo ha definido como “heteroglosia”,

“trantextualidad” o “yuxtaposición conflictiva de textos y contextos que reflejan las contraposiciones ideológicas” (Ges, 2001: 81); “interacción entre lo documental y lo argumental, entre lo real y/o lo imaginado” (Ospina, 2007: 100); “modalidad reflexiva y metaficticia del documental” (Nichols, 1997: 93); “una obra audiovisual con forma documental y fondo de ficción” (Sextro, 2009; citado en Gómez, Casal, 2015: 327); “subgénero centrado en la estética y donde el valor ficcional (o real) de la imagen dependerá, en definitiva, de la pragmática y no de la ontología, de una retórica que proporciona la verosimilitud” (Marzábal, 1991: 653).

La condición de subgénero asignada al falso documental en relación a la familia genérica del documentalismo o reporterismo clásico se debe a la voluntad de emplazar desde el principio el vasto debate sobre las garantías de objetividad del género documental. Nieves Febrer ha explorado cómo “en el fondo, ficción y no ficción utilizan un mismo lenguaje, cuyos códigos leemos de distinta manera” (Febrer, 2010: 4). Ya desde los inicios del género se hicieron evidentes las tensiones entre el registro objetivo de la realidad y el relato impuesto sobre el mismo mediante las técnicas de montaje, voz en *off*, y estilo narrativo. Documentales clásicos como *Nanouk of the North* (1922) de Robert Flaherty, *Las Hurdes, tierra sin pan* (1932) de Luis Buñuel o los montajes de combates de boxeo a principios de siglo que eran reinterpretados por actores en estudio (Hispano, 2001:16), ya ofrecían las contradicciones de servirse de la realidad para recrear determinados mitos o, por el contrario, servirse de ciertos mitos para re-semantizar la realidad, utilizando técnicas como el *reenactment* (la interpretación o teatralización guionada) a fin de conseguir la imagen que la realidad era esquiva en otorgar.

Desde esta óptica, la impostura planteada por el falso documental serviría para avisar sobre la imposibilidad de las representaciones para garantizar la verdad de lo que reflejan (García Martínez, 2007). Los documentales falsos que aquí nos interesan se ocupan de lo ficticio como forma de revelar una “conciencia de la confusión”, ciertas realidades ocultas en el palimpsesto del archivo visual: la

potencial 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 y Charles Baudelaire, esto es, la habilidad para revelar la relación oculta de las cosas, a diferencia de la fantasía que sólo entiende de simulacros. A diferencia de la mera manipulación, propia de la propaganda política, la guerra psicológica o determinado marketing comercial, los documentales veroficticios de carácter reflexivo producidos en la televisión y en el cine, al utilizar técnicas mixtas de montaje de material grabado y de archivo -excelentemente analizadas por Jaimie Baron (Baron, 2013) - 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 y competencia que los legitiman. En este sentido, Juhasz y Lerner han señalado que 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 (Juhasz, Lerner, 2006: 2). Frente al simulacro ofrecido en los nuevos formatos documentalistas aparecidos en las últimas décadas, que juegan permanentemente con simulaciones y retoques digitales, *reenactments* y dramatizaciones, bien porque no hay acceso a imágenes originales de época, bien porque las existentes no proyectan un espectáculo suficientemente atractivo, el falso documental puede laborar como un “genio maligno” (Ges, 2001: 80), puede ejercer una “paradójica forma de exorcismo” (Felipe, 2001: 39), al parodiar la referencialidad propia del género, simulando su historicidad y vampirizando las estrategias retóricas, para devolver así a la imagen su condición de enganche con lo real, “restituyendo lo real” (Weinrichter, 2004: 10), mostrando en su seno que cualquier devolución de la imagen a una cualidad objetiva ha de reconocer siempre “el carácter complejo de lo real verdadero” (Català, 2013. 318). Por consiguiente, este tipo de ficciones ponen

en evidencia ciertos mecanismos de constitución de las representaciones sociales asumiendo de esta modo la capacidad de generar un conocimiento mayor sobre el mundo propio de los documentales y de los formatos establecidos de veracidad informativa. Gustavo Aprea también ha indicado que el auge del fake reflexivo en el documentalismo se debe al propio agotamiento de las formas canónicas de narrar en paralelo al nacimiento en la sensibilidad posmoderna de una especial querencia por formatos novedosos de representación (Aprea, 2011: 47-48).

Jane Roscoe y Craig Hight, a la estela de los trabajos de Bill Nichols, han establecido tres categorías de imposturas en el falso documental: la parodia, la crítica y la deconstrucción (Roscoe, Hight, 2001: 64-75). La primera es reflexiva, en el sentido de ironizar sobre determinados temas; la segunda persigue confundir sobre su estatuto de veracidad, especialmente en relación a los medios de comunicación, aunque no únicamente al género documental; las prácticas deconstructivas sí se ocupan expresamente sobre el propio formato documental. Alberto García Martínez ha desplegado lo que en su opinión sobre las herramientas con las que habitualmente se conduce el falso documental: Herramientas no documentales (guión cerrado y actores profesionales), imitación de métodos estilísticos, voz en *off*, metraje de archivo real, recreación de texturas, entrevistas, presentación a cargo del propio director, intertextualidad y legitimación del origen (García Martínez, 2007: 312-316).

La naturaleza del falso documental adquiere distinciones específicas en relación al medio que se produce, bien sea la televisión o el cine. Tradicionalmente un género muy estimado por la televisión, dadas sus facultades de proximidad pedagógica, el documental alcanzará en la pequeña pantalla un régimen propio, en el marco general de los programas informativos y educativos que, además, han sido cultivados por el medio como “pasaporte” de calidad periodística y profesional. Los índices de excelencia de una cadena televisiva vienen habitualmente marcados por la percepción sobre la objetividad y pluralidad de sus espacios informativos (Gutiérrez Gea, 2000). Por su parte,

el medio cinematográfico, que inició sus andaduras con una fuerte apuesta por el documentalismo mediante la cobertura bélica, los desastres naturales, los reportajes científicos o las costumbres populares, con fuertes dosis de propaganda en sus principios, no ha sido hasta fechas relativamente recientes que ha incorporado en las salas de cine los recursos documentales destinados a públicos masivos. La radio, en sus tiempos heroicos como medio casi exclusivo de comunicación de masas no visual, también hizo suyos una buena parte de los formatos de competencia objetiva, que serían explotados en uno de los más notorios *fakes* mediáticos de la historia, el protagonizado por Orson Welles en 1938 (CE 16).

Ese año, Orson Welles, Paul Stewart y John Houseman adaptaron radiofónicamente la novela de H. G. Wells *La guerra de los mundos* (1898) a través de The Mercury Theater, una productora de radio que revolucionaría la radio estadounidense durante los años 1930 con sus dramatizaciones literarias. 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 se aprecia en las primeras líneas del guión de la emisión, Welles no escondió el sustrato literario del drama, aunque sutilmente emplazó 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 de 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* –posiblemente influenciada por la emisión de un bulo radiofónico en 1926 sobre una revolución en ciernes sobre Londres, elaborado por el teólogo Ronald Knox (Snoddy, 2005) - generó lo que buscaba, 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 ventriloquial de la radio y de los medios de comunicación en general. 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 (Brad, 2015; Gosling, 2009).

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” (Slouka, 1995: 5). Welles reconocía 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”.

Vale la pena reseñar aquí el caso ocurrido en Ecuador en 1949 en relación a la obra de Welles. El sábado 12 de febrero de 1949 Leonardo Páez llevó a cabo

en Radio Quito 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 (Klemetz, 1997).

Como decimos, el medio televisivo será el espacio en el que el falso documental logrará asentarse de forma más natural: la inmediata accesibilidad, la masificación y domesticidad de su consumo, su parrilla modelada en una solución sin continuidad entre ficción, noticia y publicidad, los continuos cambios de percepción de lo observado gracias al *zapping*, y los efectos de las emisiones en el resto de medios informativos, todo ello contribuirá a que el falso documental encuentre un inmejorable asiento en la comunicación cotidiana que proyecta la televisión, permitiendo infiltraciones –en un contexto general de cambio de formatos narrativos (ver Guardiola, 2012; Ortega, 2005)- que contribuyen a remover las habituales habilidades de los espectadores a la hora de discriminar géneros y estilos. El caso “De Grote Donorshow” (El gran show del donante) es notable en este sentido. Consistió en un programa de televisión (*reality show*) emitido en 2007 en el canal holandés BNN, cuya premisa radicaba en que una mujer, enferma terminal, donaría un riñón a un candidato a la espera de trasplante. Ella se encargaría de la selección de la persona entre un grupo de candidatos mediante una serie de entrevistas

personales en vivo y en directo. El anuncio del programa levantó enseguida polémica sobre la ética de las listas de espera y sobre la pertinencia de hacer del proceso un espectáculo público. El día de la emisión, sin embargo, se reveló que todo había sido un *fake*, excepto en el caso de los candidatos que, efectivamente, eran pacientes a la espera de una donación. La intención era concienciar a la sociedad holandesa sobre el insuficiente número de donaciones. Al día siguiente, se solicitaron formalmente 30.000 peticiones de donación (Boyd, 2012: 294; Guardiola, 2014).

Otro ejemplo notable de infiltración apropiacionista del discurso informativo lo encontramos en uno de los capítulos del programa “El Camaleón” realizado en Televisión Española (en su programación catalana) en 1991, y dirigido por Miguel Ángel Martín y Manuel Delgado (CE 15), que 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 media noche 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 respecto de aquellos hechos: “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” (Coria, 2014). 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” (Sánchez-Navarro, 2001: 21).

Otros muchos han sido los casos de intervenciones (y escándalos) 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. Así, 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 camino al Congo, una antigua colonia belga, de camino al exilio (Dutilleul, 2008). 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.

Entre los casos estrictos de falsos documentales para televisión –más allá de la infiltración o apropiación de los formatos informativos que acabamos de observar- cabe destacar el realizado por William Karel en 2002, titulado *Opération Lune* (CE 27) y emitido en el canal Arte France. Partiendo de la noción de "documentira", según la terminología de la cineasta Agnès Varda, el documental de Karel se "explica" cómo el 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 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

podrían 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” (Karel, 2004).

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 la oposición política y con el beneplácito del rey Juan Carlos I, había gestado y desarrollado el montaje. Según alguno de los testimonios presentados en el documental, el plan aprobado por el rey pretendía en último término sustituir el Gobierno de Adolfo Suárez por otro de unidad nacional, creando un ficticio golpe de estado para legitimar ante la opinión pública esa medida, plan con el que habrían estado de acuerdo algunos personajes seleccionados de la UCD, el PSOE y el PCE, colaboradores del mismo.

El objetivo de *Operación Palace* (que tomaba el nombre del hotel frente al Congreso en donde se diseñó el plan) no fue otro, tal y cómo 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 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 (Gómez, Casal, 2015; Montagut, Araüna, 2015).

De entre los casos más notables de este tipo de falsos documentales para televisión, cabe destacar también *Forgotten Silver* (1995) (CE 32), 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 el cineasta 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 Pierece, 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.

Otros ejemplos de este tipo de prácticas los encontramos también en España. 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, Jorge Luis Marzo y Arturo fito Rodríguez – comisarios de la muestra- tuvieron la oportunidad de entrevistarse con numerosos responsables de mercadotecnia electoral de decenas de partidos políticos españoles y extranjeros (CE 28). 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.

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. 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, habrían podido recibir la influencia de Alfa. Nadie de TVE expresó nunca la más mínima sospecha sobre el reportaje.

La exploración del marketing político en formato *verité* 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 Azpitarte o Domingo Mestre entre otros (Marzo, Rodríguez, 2008).

Por su parte, en 2014, Víctor Serna, Sofía Tatay y Pau Rausell elaboraron un breve documental titulado *Fills de puta* (CE 45), en el que explicaban 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 (hoy un barrio de Valencia), 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 comunión 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 (Muñoz, 2014).

En América Latina, también podemos encontrar numerosos casos de falsos documentales, como el de Luis Ospina *Un tigre de papel* (2007) (CE 30) en formato cinematográfico, ya contemplado en la sección dedicada a las heteronimias. Ospina manifestó respecto a este tipo de formatos: “¿Qué es el documental? ¿Cuáles son los límites entre la realidad y la ficción? ¿Cómo la pretensión a la verdad se ancla dentro de una estructura formal? ¿Cómo se utiliza el documental para de-construir la verdad, la autoridad, y el documental mismo? [...] Un falso documental aporta una conciencia sobre la política y sus instrumentos; cuestiona lo político utilizando las mismas técnicas de manipulación de la imagen características del aparato político. Los falsos documentales políticos reflejan la falsedad que relativiza las verdades

presentadas como evidencia” (Ospina, 2007: 101). Esta era, en parte, también la intención de la cineasta peruana Claudia Llosa al desarrollar su documental “popular” *El niño Pepita* (2010), o la del falso partido de fútbol elaborado por el mexicano Miguel Calderón en 2004.

Llosa llevó a cabo un proyecto en vídeo en el que mediante un formato documentalista *verité* retrataba la supuesta experiencia de los seguidores de un pequeño niño santo, el Niño Pepita, por los arrabales de Lima. La autora, 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. 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. Convertido en un lucrativo negocio de estampas y estatuillas, y, de forma novedosa, de edredones, mantas o flotadores con la efigie impresa del niño, la figura del pequeño santo limeño encarnaba el eterno dilema de la fe y la verdad al ser constituido en imagen (Badía, Marzo, 2010).

Miguel Calderón, por su parte, investigó las emisiones de los partidos celebrados entre las selecciones nacionales de fútbol de Brasil y México a lo largo de ocho años, cuyos resultados habitualmente favorecían al equipo brasileño. De los quince encuentros elegidos de los archivos de la cadena Televisa, el artista extrajo las secuencias que le permitieron, como en un trabajo de fina orfebrería, editar un nuevo partido de 90 minutos con el resultado de México 17 – Brasil 0. Junto a la presencia de los comentaristas habituales de la cadena que ponían voz en *off* al falso partido, la retransmisión acababa mostrando las tradicionales escenas de públicos, cánticos y celebraciones masivas en Ciudad de México tras la histórica goleada. El vídeo fue mostrado subrepticamente en un bar de Sao Paulo, sin advertir a los presentes de su naturaleza impostada (Marzo, 2008).

### 3.2- UNA ESTÉTICA DE LA DESARTISTIZACIÓN

#### 3.2.1- ARTE E INVISIBILIDAD ESTÉTICA

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 restrinja al ámbito de la ficción artística, sino que les permita funcionar como imágenes cualesquiera del universo visual urbano o mediático (Miranda, 2006: 143).

Entre las diversas influencias desplegadas por las teorías y prácticas del arte conceptual y sociológico de los años 1960 y 1970, cabe destacar dos hilos conductores que han marcado indeleblemente los procesos de veroficción y las técnicas de *desapariencia* que son objeto de la presente tesis y que la definición de Carlos Miranda logra explicitar: la voluntad de *desartistización* y la condición de *extrañamiento*. Aunque, a primera vista, parezca que se trata de una interpretación anti-estética, esto es, tendente a sustraer a estas prácticas del terreno de la reflexión artística, conviene por el contrario observarla como un desgajamiento de la tradicional asociación entre práctica artística y objeto resultante sólo perceptible estéticamente en el ámbito disciplinar del arte, a fin de cuestionar el entorno artístico como capacitador de debates sociales sobre la función del propio arte. Así, estas reflexiones no abandonan su sustrato estético, sino que lo emplazan –siquiera momentáneamente- fuera de su universo tradicional de manifestación plástica, cargándolo así –contaminándolo- con nuevas capas de semiosis política y social. La proyección *desartistizada* y *extrañada* de esas prácticas participan del interés por proponer la invisibilidad artística a modo de instrumento que haga posible la disolución de las obras en entornos no codificados artísticamente, a la espera de que sea la vida social la que active el potencial explorador del arte.

El autor de la presente tesis, al explorar los trabajos de Octavi Comeron (CE 8) en 2014, asoció estas premisas con la idea de *obstruccionismo* o *negacionismo*. Obstruccionismo, porque obstaculizan voluntariamente la interpretación de las obras bajo los habituales criterios formales y contextuales del Espacio Arte sin haber pasado antes por un análisis de sus formas de producción; porque se resisten a ser engullidas por un espectáculo que dirime sus medios a fuerza de eludir la reflexión sobre los objetivos que persigue. Negacionismo, porque no desean engrasar el fluido mundo de las correas de transmisión que hace que las apariencias adquieran paulatina y virtualmente valor añadido. Comeron planteó mediante una metáfora asociada a la observación astronómica la disminución de la potencia de la luz emitida por el artista para no contaminar el “cielo” con luminiscencias indeseadas a fin de percibir mejor las constelaciones nocturnas –el objeto de estudio- (Marzo, 2014a: 80-81). Y, al mismo tiempo, emplazaba la metáfora en el marco de una redefinición del rol del artista en el entramado de la producción de sentidos y afectos, y al hilo de una genealogía de corte nietzscheano. Recordemos que Nietzsche proponía la “lejanía de arte” para convocar una nueva comunidad “imaginal” en la que los signos quedaban liberados de su hipoteca icónica para cimentar una relación sustancialmente revolucionaria del arte. Ese “mirar desde lo alto”, tampoco escondía una grave implicación en el quehacer del artista: su propia invisibilidad estética. Si la vida, según Nietzsche, ha de ser vivida “artísticamente”, explorando lo que hay debajo de la *doxa* con ojos descentrados, poco sentido tiene convertir el arte en una disciplina desgajada de la vida. Escribe en *Aurora*: “¡Vivir sin fama, o siendo objeto de amistosas burlas, demasiado oscuramente para despertar la envidia y la enemistad, armado de un cerebro sin fiebre, de un puñado de conocimientos y de un bolsillo lleno de experiencia [...] ¡Saber hacerse pequeño para volverse accesible a muchos, sin humillar a nadie!” (Nietzsche, 1994: 234).

Estas interpretaciones han de contemplarse, no obstante, en un marco general de debate sobre las condiciones del pensamiento y de la acción estéticas en

una sociedad que ya no emplaza lo estético en el ámbito disciplinar del arte sino como un elemento transversal de la producción de deseo en un orden economicista. La literatura al respecto es abundante y rica en matices. Una parte de esta literatura lleva tiempo explorando el desplazamiento de la producción cognitiva del arte (la vanguardia) hacia procesos de producción simbólica adscritos a las industrias del conocimiento (posmodernidad neoliberal), protagonizadas de forma relevante por las Tecnologías de Información y Comunicación, y el diseño. Estas lecturas han intentado comprender la pérdida del espacio autónomo del arte a la luz, ya sea de su implosión o fracaso como dispositivo de contrapoder (Horkheimer y Adorno, 1994; Marcuse, 1982; Bürger, 1987; Hobsbawm, 1998; Foster, 2002); de su desbordamiento estratégico en los ordenes generales de la vida productiva (Ewen, 1991; Bhaba, 1994; Jameson, 1995; Rancière, 2002; Yúdice, 2002; Danto, 2003; Blondeau, 2004; Harvey, 2005; Lipovetsky y Serroy, 2015); o bien a causa de una completa reformulación del trabajo creativo en la era de la deslocalización y la hipersubjetivación (Lazzarato, 1996; Castells, 2002; Bauman, 2006; Berardi, 2003; Negri, 2000; Virno, 2003; Gielen y de Bruyne, 2012; Comeron, 2007).

En pocas palabras, podríamos resumir este proceso en que el sol de la estética no calienta ya un solo planeta -el arte- sino toda la constelación, pasando a regir los artificios de la existencia y emborronando las fronteras que distinguen al arte del resto de actividades. La creatividad se ha convertido en un *driving force* de la nueva economía del sujeto: opera en todos los campos, técnicos, científicos, comunicacionales, psicolaborales. Del arte, se toman prestadas nociones de autoría, novedad, valor, notoriedad, estilo, y *punto de vista* (subjetivo) pero se le sustrae el monopolio de lo estético para ponerlo también en manos de otros relatos, con programas estéticos propios y con gran poder de difusión. ¿Debe competir el arte por mantener el antiguo espacio hegemónico en el conjunto de competiciones estéticas que se presentan? Muchos consideran que sí (Menke, 1997; Vilar, 2010), ya que la visibilización de los propios procesos artísticos contribuye a exponer la condición distintiva

del arte respecto a otros relatos estéticos y a fomentar una mayor interdependencia entre los procesos estéticos generales y los *propriamente* artísticos. En otras palabras, que el arte se “exponga” como arte es lo que lo hace visible en la guerra de las imágenes. El *potencial* del arte moderno y contemporáneo es un relato todavía muy sólido en el tejido conceptual tanto del liberalismo como de la izquierda. Permite dar rienda suelta al *salvaje* moderno mientras se convierte en fuente inagotable de transformación social. No parece, en opinión de muchos, que haya que ocultar al arte de esa visibilidad.

Por el contrario, la reducción de la identidad del arte es contemplada por ciertos sectores como una claudicación del arte ante los procesos de homogeneización liberales. Hal Foster, por ejemplo, considera que el fin del arte presentado como benignamente liberal -el arte es plural, su práctica pragmática y su campo multicultural- es una actitud beligerantemente neoliberal, en el sentido que es su relativismo lo que el gobierno del mercado requiere (Foster, 2002: 125). También Peter Bürger cuestionó esa tendencia a mediados de los años 1970, cuando, recurriendo a la idea de Marx de que la historia ocurre dos veces, la primera como tragedia, la segunda como farsa, advirtió que el proyecto original de la vanguardia de reconectar la institución del arte autónomo con la práctica de la vida cotidiana se había convertido en la neovanguardia en una farsa y simulacro patrocinados por las instituciones (Bürger, 1987).

En todo caso, la invisibilidad *artística* plantea la “desartistización” de lo estético como el proceso de cancelación de la recepción estética del mensaje. El receptor del mensaje artístico no debe reconocer la voluntad estética que hay detrás del mensaje. El mensaje adopta así guisas de otros formatos (estéticos o no) para camuflar su verdadera identidad. La forma de funcionalizar, de activar la propia metodología artística, ahora invisible, pasa ineludiblemente por la vieja cuestión *imaginativa* de Baudelaire y Benjamin: la habilidad para revelar la relación oculta de las cosas es asunto del arte, a diferencia de la fantasía que sólo entiende de simulacros: el arte relata porqué hace frío pero ¿puede o

debe ofrecer cobijo? En el mar sin fronteras del conjunto de la producción estética de hoy, el arte se asemeja a un bajel que ha escondido toda señal de ostentación, retirando todo el artesonado y las bellas figuras de los puentes a fin de disimular su condición. De igual manera –sugeríamos en líneas anteriores- que los telescopios requieren no proyectar luz en el cielo que observan y estar en un entorno oscuro para poder captar sus objetivos, los artistas se deshacen de la parafernalia artística para así poder captar mejor el objeto de sus prácticas, mimetizándose con el entorno como si de un anodino antropólogo de trabajo de campo se tratara, siguiendo la analogía que Foster propuso en 1996 al describir al artista como un etnógrafo (Foster, 2001).

Sigfried Kracauer, al plantearse la teoría del cine como una técnica de desocultación (*aletheia*) y desenmascaramiento de lo real –siguiendo postulados de Heidegger-, percibió lo artístico como un “obstáculo” para que el cine cumpliera su misión histórica de cazar a los fantasmas de lo real (Kracauer, 1989: 375). Arturo Leyte ha precisado un poco más el “riesgo de lo estético” en el pensamiento heideggeriano: “Cuando el arte se comprende desde la Estética se convierte en una máquina de producir el objeto, pero ya no es la capacidad de reconocer la cosa” (Leyte, 2005: 108). El campesino que Heidegger llevaba dentro pareció abogar por una antropología del arte antes que por una disciplina estética. En 1936, consideró negativamente la estética y la historia del arte porque, a su juicio, cosifican las obras de arte, las cuales, por otro lado, nada tienen que ver con el gusto ni el placer sentido por el sujeto (Heidegger, 1996). La antropología del arte, visual, o de las imágenes tendría la ventaja de producir el efecto de emplazar al objeto cultural en un sistema de referencias abierto y en permanente “hacerse” a través de “manifestaciones”, sin estar cooptado por el sistema “sin apertura”, “clausurado” del mundo del arte. La influencia de esta perspectiva será duradera y se propagará en las teorías de vanguardia tendentes a socializar la metodología del arte más que su experiencia; un argumento al que serán sensibles las prácticas utilitaristas de la izquierda. La experiencia del sujeto pasa a definirse en clave de experiencia social: acciones, performances, uso de los medios de

comunicación, reapropiación del espacio público, inmersión en los lenguajes dominantes.

La visión antropológica de la experiencia artística permite que aflore a un primer plano la cuestión de la “agencia” de los objetos materiales. El antropólogo Alfred Gell se mostró insatisfecho con el hecho de no poder alcanzar una teoría antropológica del arte consecuente con los presupuestos de la antropología social (Gell, 1998; Martínez Luna, 2012). La dependencia del arte de los discursos semióticos e historicistas ensombrecía la *agencia* del objeto, su devenir como artefacto capaz de movilizar emociones, afectos, ideas, acciones y procesos. Gell proponía enfocar el estudio de los modos de producción, circulación, consumo e interacción del arte para sustraerlo de la hipoteca estética: “La Antropología del arte quedará siempre como un campo sin desarrollar si limita sus intereses a la producción y circulación de arte institucionalizado comparable a la que puede ser directamente estudiada en el contexto de los estados burocráticos industriales avanzados (Gell, 1998: 8).

Cabe aquí reseñar la similitud de intereses entre lo propuesto por Gell o Heidegger y la estética relacional elaborada por Nicolas Bourriaud (Bourriaud, 1998), caracterizada por subrayar las relaciones entre y con los sujetos durante las dinámicas artísticas y poner mayor atención en el experimento social que en las experiencias “sensibles”. Un artista como Maurizio Cattelan es buen ejemplo de un tipo de práctica claramente disruptiva de la *doxa* artística al uso, acercándose a menudo al espacio paradójico de la veroficción. Las bromas o *pranks* del artista Remi Gaillard también pueden ser consideradas desde la misma perspectiva, pues mediante la tomadura de pelo es capaz de generar las empatías y antipatías propias de una vida social comercializada.

Boris Groys ha recogido recientemente algunas de esas reflexiones para cartografiar el estado en el que la práctica artística se encuentra en relación a la estética. Partiendo de cómo las obras de arte pueden causar una diferencia en su recepción al cambiar su emplazamiento o contexto, Groys observa que, en la tradición moderna, el contexto del arte se consideraba estable en el

museo, y cómo la innovación de la vanguardia consistió en renovar el parque de novedades en este contexto estable. A su juicio, en un tiempo cambiante e inestable, la estrategia del arte contemporáneo pasa por “crear un contexto específico que puede hacer que una cosa o forma se vea como otra, nueva o interesante; incluso si esta forma ha sido coleccionada previamente” (Groys, 2013: 28). Este presupuesto es central en las prácticas del *fake*, puesto que en casi todas sus variables, se trata de construir un espacio, contexto, entorno y cuerpo de paratextos que hagan posible un determinado tipo de recepción del relato proyectado. En este sentido, se trata también de una experiencia estética, puesto que tiene la intención de frustrar o modificar la sensibilidades estéticas del espectador (Groys, 2013: 50).

En este punto, es importante comprender cuál fue en realidad la pulsión que las vanguardias clásicas imprimieron en los nuevos modos de hacer críticos con el *establishment* artístico y los conceptos estéticos heredados del romanticismo. No se trataba de que la obra se expandiera 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 deseaban *desartistizarse*. 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, y paradójicamente, con Dadá, “exhumar la verdad” (Marzo, 2016a) -Fontcuberta habla también de *desfosilizarla* (Fontcuberta, 2016)- equivale a vestirla de carnaval. 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 Zürich, Praga o París servían de publicidad para atraer gente a sus exposiciones. Houdini también podría haber sido dadaísta, 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 artísticidad, de larguísimo recorrido a lo largo del siglo XX, y en especial durante las últimas décadas. 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 –CE 11, 30-), 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 (Frengel, 2015: 15). 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 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 (Duque, 2005: 33 y 49). Se trata no solamente de profanar las separaciones, los índices, de abolirlos, anularlos, sino de aprender a hacer un nuevo juego con ellos.

“Desmaterialización” fue el término que empleó la crítica Lucy Lippard en 1967 para describir un tipo de práctica artística que tiene el concepto como motor y como acción en aras a perturbar el sentido de la experiencia estética (Lippard,

2004). La desmaterialización del arte promueve que el discurso y el accionar del arte abandonen su espacio endogámico para insertarse en los circuitos generales de la vida, cuestionando así el proceso de mercantilización de la cultura e integrándose en los entornos sociales en donde los enunciados están cargados de hipotecas comunes. En 1981, Lippard insistió en esta idea: "Cualquier tipo nuevo de práctica artística tendrá que tener lugar al menos parcialmente fuera del mundo del arte [...] Fuera, la mayoría de los artistas no son ni bien recibidos ni efectivos, pero dentro hay una cápsula sofocante en la que se engaña a los artistas haciéndoles sentirse importantes por hacer sólo lo que se esperaba de ellos. Seguimos hablando de 'formas nuevas' porque lo nuevo ha sido el fetiche fertilizador de la vanguardia desde que se separó de la infantería. Pero quizás estas nuevas formas sólo puedan ser encontradas en las energías sociales no reconocidas aún como arte" (Lippard, 1981: 17).

La influencia de las tesis de Lippard será grande, en especial en los entornos que empezaban a finales de los 1960 a operar a través de técnicas propias de la comunicación moderna. Los conceptualistas hicieron de la diseminación de información un eje central de sus prácticas, dado que la intención era promover los debates en entornos sociales a través de los medios y formatos ya presentes en ellos, sin instigar un tipo de formato que pudiera ser percibido como ajeno o "cultural" y que pudiera impedir su plena recepción. La publicidad, las técnicas comerciales de difusión, los medios de comunicación (fotografía, prensa, TV, radio, video) fueron medios sustanciales en el arte conceptual. Se trataba, al mismo tiempo, de que el artista perdiera el control de la "obra" una vez esta estaba inserta en el circuito de la comunicación. El crítico argentino Eliseo Verón, en un importante texto redactado en 1967, y titulado "Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado" –en referencia al *fake Happening para un jabalí difunto* (CE 4)- se refirió a esta cuestión, apelando al necesario grado de "indeterminación" que una obra desmaterializada debía adquirir: "Los autores no podían anticipar las transformaciones que se producirían en el material entregado a los medios [...] La elaboración de la mayor parte del material que compone la obra, en su forma final, resulta

entonces del funcionamiento de los sistemas masivos de comunicación. En consecuencia, la obra misma, en su conjunto, pone de manifiesto los mecanismos presentes en estos sistemas [...] La obra se convierte así es un comentario sobre su propia materia sensible” (Verón, 2000: 46-47). Así, Verón sugiere que la des-materialización, la des-objetualización y la des-autorización de la obra de arte hacen posible la contemplación del fenómeno mismo de la constitución de la obra de arte en una sociedad del signo, de la que tampoco puede ni debe despegarse ya si quiere radiografiarla o subvertirla, al tiempo que revela el efecto de los canales de comunicación en la misma. También el crítico y teórico peruano Juan Acha se manifestó a mediados de los años 1980 sobre el potencial de un arte des-objetualizado: “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 [...] Con el tiempo y a través de varias mediaciones, llegarán los efectos (no las obras) de los no-objetualismos (Acha, 1984: 227 y 237).

Se trata, por consiguiente, de un tipo de prácticas que, frente a la progresiva desaparición del espacio público como espacio de diálogo social, escogen los medios de comunicación masas para ahondar y socavar tanto certezas como secuestros. Los medios de comunicación, en tanto que mecanismos de poder, se revelan como el espacio en el que operar para desvelar la trama de las legitimidades: qué es lo que está permitido y qué no. De ahí, el juego de infiltraciones de numerosos *fakes*. Cuando grupos o artistas como The Yes Men, Cildo Meireles, Andrea Natella, Luther Blissett, Isidoro Valcárcel Medina, Miguel Calderón, Donald Goodes y Anne-Marie Léger, Orson Welles, Joey Skaggs, Alan Abel o Guillermo Trujillano (CE 3, 6, 9, 13, 14, 16, 20, 21, 24, 26, 37, 39) se infiltran en los medios, lo hacen en la medida en que se proponen intervenir (y no simplemente reflexionar) sobre las relaciones de poder. Ciertamente, sus prácticas “crean” condiciones determinadas que sirven como detonantes de desvelamiento y paradoja, en el sentido expresado por Magritte en 1923 cuando manifestó que “a diferencia de aquellos que buscan oro, el

artista debe crear lo que está buscando”. No obstante, y tal como ha señalado la artista Andrea Fraser, estas intervenciones o infiltraciones en las relaciones de legitimidad y autoridad deben estar presentes de principio a fin, “no sólo en su forma y contenido, sino también en su modo de producción y circulación” (Camnitzer, 2009: 332). Así, el proceso de desmaterialización no se debe producir únicamente en un nivel formal, sino que debe partir de una desinstitucionalización de la propia actividad artística; “romper el linaje institucional” (Marcel Broodthaers) del arte y hacerlo plebeyo mediante un “distanciamiento” que visibilice los nudos y eslabones que han hecho de la experiencia estética un fenómeno domesticado y de domesticación.

*Verfremdungseffekt* –o “Efecto V”- es el término alemán que designa un efecto de alienación, de extrañamiento, de distanciamiento. Fue elaborado por el dramaturgo Bertolt Brecht para ilustrar un tipo de teatro en el que el espectador no se sumergía en una trama ficticia en busca de la catarsis, sino que era consciente en todo momento de que estaba contemplando los entresijos de la producción: debían estar pendientes del actor, no del personaje, a fin de poder reflexionar sobre la propia obra de teatro y sus mecanismos retóricos. Numerosas prácticas veroficticias deben mucho a este argumento, pues exponen, al *exponerse*, las formas mismas de la producción de sentido cultural y político. Por un lado, el *fake* aparenta una ilusión, una suspensión, un trampantojo en el sentido en que Fernando Huici habla de él al referirse a la forma en que Max Aub desarrolló el proyecto falso de Josep Torres Campalans (CE 10); por otro lado, el *fake*, en la revelación que lo clausura como formato ilusorio, desvela los entresijos que hacen posible no solo el espacio de veridicción de lo que se contempla, sino las condiciones y dispositivos establecidos para otorgar credibilidad a ciertas formas de enunciar. El *fake*, mientras es ilusorio, es artístico. Cuando acaba su ilusión, cobra su sentido gracias a circunstancias ajenas a la codificación artística.

Otra de las funciones que tiene el “Efecto V” brechtiano es que afecta directamente a lo familiar. Brecht manifestó que el distanciamiento tiene como

objetivo liberar a los fenómenos condicionados socialmente del sello de la familiaridad que los protege de nuestro alcance (Zivanovic, 1967: 35). Con “familiar”, Brecht se refiere al conjunto de seguridades y certezas que bien por costumbre, utilidad o aceptación común no son cuestionados en nuestra vida cotidiana pues supondrían el levantamiento de ciertos conflictos que son preferibles mantener a raya en beneficio de la paz social. La alienación respecto a esa ilusión de bienestar es central en los procedimientos veroficticios, pues revela los efectos sociales de discurso, juicio y acción que el mantenimiento de la ilusión provoca en la vida social.

La invisibilidad que se deriva de la desmaterialización reciente del arte tiene obvias repercusiones en la función a la que queda emplazada la estética. Para la nueva filosofía de la acción activista, ello produce una suerte de “guerra difusa”, en donde el pánico se convierte en instrumento –como advirtiera Orson Welles con la emisión radiofónica de “La guerra de los mundos” (CE 16)-, ya que todo es “una desintegración de la masa *en* la masa” (Tiqun, 2015: 16); produce una especie de rediseño de lo visible: aquello que *nos* es posible pensar, ver o decir (Rànciere, en Dueñas, 2014: 444): visibilizar lo que no se ve u ocultar lo que está expuesto a la vista de todos. La estética, por tanto, abandona la zona de confort para exponerse como objeto de conflicto, ahondando, si cabe mas, el deterioro de su imagen en el conjunto del cuerpo social, que tradicionalmente había buscado en el arte el espacio singular de la sensibilidad en un universo de la competición. La estima que los aparatos de la política cultural tienen de presentar lo radical y lo espectacular como firmas y señas identitarias, cuidadosamente acotadas en el campo de la cultura, y estratégicamente vaciadas de las razones sociales originarias que dieron motivo a los artistas para plantearlas, quedan así trastocadas por la disipación identitaria de las no-formas artísticas. Por el contrario, la invisibilidad también puede conducir a una supervivencia del fenómeno estético. Boris Groys ha señalado que un arte de baja visibilidad puede compararse con la baja visibilidad de la vida cotidiana: “Esto, claro, no es accidental, porque es principalmente nuestra vida cotidiana la que sobrevive a las rupturas históricas

y los cambios, precisamente debido a su debilidad y su baja visibilidad” (Groys, 2013: 121).

De cualquier forma, si comenzáramos esta sección definiendo sucintamente un arte invisible con instrumental propio de la historia del arte, también tendríamos que asumir el poder de éste en la propia historia de la deconstrucción misma de la historia del arte.

### 3.2.2- DES-APARIENCIA E INSERCIÓN SOCIAL

Las bellas artes, a diferencia de las literarias, adolecían de un *d\_efecto* desde que la historia del arte se conformara como disciplina que regulaba la subjetividad cada vez más radical del autor romántico. La firma se instauraba como hecho singular de la imagen, fijando su impresión en ella, y convirtiendo al original en inviolable. El original lo era todo. La literatura, en cambio, como tampoco las artes sonoras, nunca sufrió el síndrome del original, más allá de los ámbitos bibliófilos. Las cualidades por las que se admira un manuscrito, digamos de Max Aub (CE 10), no desaparecen en ninguna de las diversas ediciones impresas que se hicieron posteriormente. Lo mismo sucede con una partitura de Mozart. Sus cualidades canonizadas no residen en el documento original: el valor de originalidad no está en ningún *sitio físico*. La hipoteca de las bellas artes se articula en un sistema de valor que reposa sus sentaderas siempre en la misma silla: no hay más sillas, la primera silla es la única que hay para sentarse. El surgimiento de la fotografía, el cine y la imagen electrónica acabó pronto con el monopolio clásico de la pintura, la escultura y la arquitectura y liberó las artes visuales de su *d\_efecto irrepetible*. Al mismo tiempo, la pulsión cada vez más acelerada de un sector de la vanguardia hacia la ruptura de los estrictos límites entre la autonomía del arte y hacia la implicación en los órdenes generales de la vida —el pulso llamémosle *revolucionario*—, concitará una mayor atención hacia la tradición de las artes escénicas, que desde Dadá y el surrealismo se convertirá en un motor

desdibujador de fronteras que hace que el actor *encarne* al personaje en medio de cualquier contexto.

Esa encarnación está presente habitualmente en forma de infiltración, de *filtro*. Casi todas las prácticas veroficticias son casos de infiltración en un espacio y tiempo determinado, y se conducen siguiendo miméticamente los códigos establecidos. Estas prácticas filtran sus objetivos reales mediante un simulacro de apariencia, apropiándose la lógica interna del espacio en el que operan. Orson Welles (CE 16) iniciará con su trabajo radiofónico una fructífera genealogía que llegará a muchos de nuestros casos de estudio. Todos ellos encarnan personajes previamente definidos y que desarrollan una pauta preestablecida. Se trata de performances y de acciones de personajes heterónimos de los artistas. La adopción de un formato teatral -actoral o ventriloquial- no es casual. Las artes escénicas son las que permiten tener mayor cercanía al espectador y pasar audiovisualmente desapercibidas dada la mimesis del teatro con las interacciones sociales cotidianas. El teatro se revela como arte sólo cuando se produce en un escenario, sea éste físico o en forma de espacio codificado teatralmente, en el que los espectadores son conscientes de estar asistiendo a una obra. En realidad, serán las prácticas *happening* de los años sesenta y setenta del siglo pasado las que forzarán a un cambio de rumbo en la forma en que se define la conciencia del espectador teatral, que contribuirá a la formación de una paradoja, puesto que, si por un lado, el *happening* consigue infiltrarse de manera invisible en el tejido cotidiano, por el otro, la acción en cuestión, irreplicable, pasa a adquirir de nuevo el viejo estatus de las bellas artes, basado en la epifanía del original. Hay que estar atentos a esta cuestión, porque no es menos cierto que el conjunto de museos de arte moderno y contemporáneo de todo el mundo tiene en sus colecciones obras cuya inmaterialidad reside precisa y paradójicamente en la existencia de un evento real como una acción urbana o un *happening*.

La singular relación entre el teatro y la vida viene, naturalmente, de lejos. *Theátron*, en griego antiguo, define un “lugar para contemplar o mirar”. Se

marca así una línea divisoria en la que, en un lado, está la representación, y en el otro, el observador. Evolucionado a partir de los rituales religiosos, pronto se definirá todo un cuerpo de elementos escénicos, retóricos y estilísticos que conducirá a una plena conciencia en el espectador de hallarse frente a un artificio modulado por unas reglas precisas (Oliva, Torres, 2002). No obstante, el mito teatral por excelencia, la *mímesis*, que al añadirse la palabra se convirtió en *tragedia*, albergaba implícitamente la posibilidad de su propio colapso como vertebrador de un adentro y de un afuera del escenario. Será en el siglo XIX, cuando las tendencias realistas y naturalistas, con elaboradas y minuciosas direcciones de arte en los decorados, vestuarios y atrezzo, busquen llevar una réplica de la vida sobre el escenario, fomentando, acaso paradójicamente, una ilusión aún mayor de separación representacional. Paralelamente, el cultivo de una representación cada vez más verista, en donde las gesticulaciones y dicciones grandilocuentes dan paso a lo que se denominará “representación antiteatral”, tendente a actuar como “en la vida misma” –como en el caso del director de escena André Antoine y su Théâtre Libre- fomentarán una visión de la interpretación en la que la plena excelencia del actuante se alcanza en la medida en que su representación es “muy natural”. Volvemos de nuevo, así, a la idea del artificio como forma superior de verosimilitud, tal y como también hemos observado en la constitución visual del fraude en su íntima relación con el arte. El engaño exige del artificio, camuflaje y des-apariencia.

Hillel Schwartz relata, al rastrear la genealogía de los fenómenos de lo “parecido”, diversos casos en que los actores llegaban a confundir al público respecto de su condición teatral. Durante una obra de misterio interpretada en Bourges en 1536, la compañía fue aplaudida como “sabios que sabían interpretar tan bien con signos y gestos los personajes que estaban representando que la mayoría del público creyó que todo era real y no fingido”. Denis Diderot insistía en suprimir del gesto y del rostro todo aquello no mostrara “lo que verdaderamente significa”. Jean-Gaspard Debureau (1796-1848), actor vestido de Pierrot, despertaba verdadera admiración entre el

público: “Lejos de adoptar la tediosa autoimportancia de aquellos comediantes que se detienen para subrayar cada uno de sus gestos, Debureau actúa como si estuviera inmerso en la vida real y se hubiera persuadido a sí mismo de que está haciendo los movimientos de cada día”. Nacido en una familia de funámbulos, Debureau se concentró en las imitaciones y las burlas (Schwartz, 1996: 61-63).

Los actos dadaístas, ya fueran en cafés, galerías o espacios diversos, se condujeron de igual manera con la intención de sorprender al público “con las defensas bajas” (sin que este supiera que lo era) y agitar el buen orden social mediante la *boutade* y el escándalo. También el teatro revolucionario adquirió este tipo de instrumental a fin de acabar con la *catarsis*, con la purificación, o, para ser más exactos para transformarla en acción. Así, en el sexto aniversario de la Revolución soviética en 1923, se estrenó la obra de Tretiakov, *¿Escuchas, Moscú!?*, que consistía en una pieza de propaganda en formato de teatro de atracciones y que tenía como objetivo movilizar voluntarios de Moscú que fueran a apoyar la revolución alemana. Lo que ocurrió fue que el público reaccionó rompiendo la cuarta pared, pues los actores que representaban a los personajes burgueses estuvieron a punto de ser atacados por el público. Al salir de la función el público irrumpió en las calles rompiendo escaparates (Gerald Raunig, 2008; citado en Fraj, 2015: 16).

Roc Albalat, en su análisis sobre la disidencia en la cultura digital, recuerda también la impronta dejada sobre la vanguardia por la psicología de la Gestalt y la filosofía fenomenológica -a través, por ejemplo, de la figura de Maurice Merleau-Ponty-, al exponer la percepción no como un fenómeno pasivo, sino como un motor de acción y participación en la construcción de significados (Albalat, 2015). Será, sin embargo, durante los años 1960 cuando surja entre los círculos situacionistas y fluxus el fenómeno del *happening* y del accionismo como forma de subvertir la delimitación entre práctica artística y esfera social cotidiana, llegando hasta nuestros días en multitud de manifestaciones artísticas y sociales antihegemónicas cuya simbiosis hace a menudo imposible

distinguir sus perfiles, y que Jacques Rancière celebra en la medida en que se trata de un “teatro sin espectadores”, en el que la relación pasiva desaparece gracias a la acción del drama:

El teatro es el lugar en el que una acción es llevada a su realización por unos cuerpos en movimiento frente a otros cuerpos vivientes que deben ser movilizadas. Estos últimos pueden haber renunciado a su poder. Pero este poder es retomado, reactivado en la performance de los primeros, en la inteligencia que construye esa performance, en la energía que ella produce [...] Hace falta un teatro sin espectadores, en el que los concurrentes aprendan en lugar de ser seducidos por imágenes, en el cual se conviertan en participantes activos en lugar de ser voyeurs pasivos (Rancière, 2008: 11).

La influencia de este tipo de formatos de des-apariencia artística en las prácticas *fake* se debe a factores de fondo que funcionan como estratos: 1) la redefinición del emisor; 2) la transformación del espacio público; 3) la vida social como material creativo; 4) la defensa de una nueva autonomía estética.

1) La voluntad de cuestionamiento del “lugar desde el que se habla” empalma con la propuesta de distanciamiento brechtiana. La finalidad des-autorizadora de una parte importante del arte contemporáneo, tanto en el sentido de ocultar o deshacer al autor como de suprimir los dispositivos habitualmente ocultos de autoridad social presentes en muchas producciones culturales, favorece una exposición o des-velamiento de las condiciones en las que se emiten los discursos. Michel de Certeau planteó en 1974 la necesidad de exponer en los análisis culturales la presencia de los mecanismos sociales de elección, de crítica, y de represión que existen en las relaciones entre productores, receptores e historiadores. La ausencia de ese Efecto V solo hace que legitimar la violencia en el lugar de “inscripción” del que habla y que siempre dispone de la palabra. Se hace perentorio, en su opinión, anular tal inscripción, ya que “deja para las vacaciones la fiesta que ha sido eliminada de la vida política por razones de rentabilidad económica o de seguridad nacional”. Para Certeau, la herramienta principal de la anomia política fomentada institucionalmente es la administración

de la fiesta, creando divisiones de trabajo, producción y consumo: “Una sociedad controla sus gastos cuando ya no es capaz de hacer enteramente la fiesta, y es entonces que prefiere la posición de espectador a la de actor” (Certeau, 1999: 44).

Este tipo de interpretaciones modelarán desde los años 1970 los relatos del arte sociologista y activista que, al querer operar sobre el tejido indiferenciado de la vida cotidiana, forzarán el abandono del *dictum* para adoptar una “visibilidad débil” (Groys, 2013: 121) por la que las voces de los productores quedan diluidas y confundidas con los actores de la vida cotidiana. Las experiencias de Agustín Parejo School (CE 33) en los años 1980, infiltrándose en manifestaciones populares para contribuir a ciertos desplazamientos de sentido en un régimen general de protesta, parodia y burla, son buen ejemplo de esa voluntad canceladora de autoridad a cargo de numerosos artistas. Audrey Vanderford considera que estas actitudes están directamente relacionadas con la forma en que se ha examinado tanto la política de la *performance* como la *performance* de la política (Vanderford, 2000: 12), entendiendo aquí –añadimos nosotros- el término inglés *performance* en sus dos sentidos: como interpretación artística y como “rendimiento”, lo que subraya el factor de la eficacia en la reflexión sobre las políticas visuales. El análisis de la *performance* y de la política ha puesto sobre el tapete las *doxas* y *para-doxas* de una filiación mútua, a menudo retroalimentada, ya que los signos ficcionados del poder, como bien expuso Baudrillard, crean también masa a su alrededor, afectando constantemente el tejido de lo real.

2) El segundo factor a tener en cuenta es la transformación del espacio público. Jürgen Habermas, en la década de 1980, ya detectó el cambio de paradigma en la doxología entre lo privado y lo público, así como la necesidad de una “esfera pública” libre de las hipotecas administrativas, mercantiles o mediáticas del poder (Habermas, 1982). Oskar Negt y Alexander Kluge fueron un poco más allá y propugnaron en 1993 la creación y defensa de una “esfera pública autónoma” que reconceptualice la categoría de lo local más allá de una

restauración nostálgica del espacio urbano (Negt, Kluge, 2016). Un sector importante de la crítica cultural apunta la necesidad de apostar por una reinstauración de la experiencia pública como un espacio que haga sostenible la existencia de comunidades más allá o a pesar de las tensiones que se derivan del divorcio entre lo real y su signo. Los nuevos relatos de lo comunitario tienen que ver con una redefinición del papel del individuo que instaure complicidades a diferentes niveles a fin de hacer efectivos los objetivos tanto autónomos en su dimensión personal como colectiva (Blanco, Carrillo, Claramonte, Expósito, 2001). Una parte de la posmodernidad, en especial la de origen postestructuralista y posmarxista, ha hecho especial hincapié en la urgencia de pensar lo público como un actor vinculante, con la intención de definir y percibir “posibilidades comunes” sobre las que acordar lo real en un espacio líquido y fluido (Bauman, 2000). El lugar de la veridicción ha mutado y ahora refiere tanto al espacio físico como también al espacio invisible o proyectual que se produce cuando la producción de afectos está deslocalizada, regulándose por emociones sitas en espacios gestionados por estados de opinión. Jean Baudrillard analizó esta cuestión en su primera obra de 1969, *El sistema de los objetos*, en el que plantea la aparición del espacio como concepto escindido de lo real, entendido lo real como un relato de raíces y vínculos en el marco de una comunidad (Baudrillard, 1969). Para Baudrillard, el surgimiento del término *ambiente* en el lenguaje iconográfico de la arquitectura interiorista de finales de los años 1960, y la hibridación de espacios y funciones que implicaba, proyectaba un nuevo sistema de valores en el que lo real no era lo vinculante, sino lo vinculado. Lo mismo percibía en la deriva de los objetos hacia sus simulacros o réplicas de vida que inundaban esos mismos ambientes. Cuando lo real deviene solo un signo más de la ecuación, no el signo que le da sentido, nace la estética de la pos-verdad y el debate de lo público queda viciado de raíz.

Este asunto da perfil a un problema importante: la técnica del *fake* también es parte consustancial de las estrategias promocionales del marketing, que sabe de la disolución de estos espacios clásicos y la aprovecha para introducirse de

forma camuflada en los intersticios. Los vídeos virales de publicidad y propaganda se presentan en aquellos tiempos y espacios ambientales –con códigos múltiples liberalizados, deslocalizados- para presentarse vestidos de lo que no lo son, impidiendo una identificación clara de sus objetivos (Bieber, 2009). En realidad, el formato ventriloquial de la comunicación contemporánea no sólo hace posible sino que fomenta enormemente un modelo comunicacional en el que la “verdadera” voz, lo que llamaríamos la voz “original”, queda oculta tras la máscara, tras el muñeco, que hace del reclamo y del señuelo su sistema de tracción y atracción. Seguramente, sin mayor esfuerzo, nos vendrán a la mente vídeos 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”, 2006); grabaciones en vídeo realizadas 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”, 2006); vídeos 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 dudó en airear la cinta (Wyoming e Intereconomía TV, 2009); 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* (2011). No obstante, quizás el caso de las campañas de desinformación emprendidas recientemente por el gobierno ruso y sus adláteres sea el más significativo: falsos *tweets* o hilos de comentarios aparentemente casuales en las redes sociales 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. Dos de esos medios difusores rusos, *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 (MacFarquhar, 2016). Lo mismo está ocurriendo con medios estadounidenses como Breitbart News Network, dedicada a difundir noticias contrarias a los intereses del presidente Donald Trump a través de otros medios aparentemente inocentes (Bromwich, 2016). Cabe recordar que uno de sus fundadores, Steve Bannon, es el principal asesor de estrategia del presidente Trump.

Paralelamente, es necesario tener presente que esa nueva esfera comunicativa que aparece en los ámbitos activistas y que se quiere autónoma para consolidar modelos de comunicación social capaces de enfrentarse a la hipocresía del marketing economicista del lenguaje, también tiene que definirse tanto en la gestión de los medios como en la revisión de los sentidos del lenguaje producido en unos nuevos medios de comunicación digitales. En 1968, Harold Sackman, al estudiar las nuevas relaciones entre humanos a través de las computadoras, describirá el desplazamiento gradual “de espectador a participante” (Sackman, 1968: 1491) que produce el abandono de las relaciones clásicas entre público y pantalla en el cine o la televisión. Desaparecidos los públicos, surgen los usuarios. Los principios de interacción, transparencia y acceso en la era digital han roto el régimen de división de la producción (Virno, 2003), siendo reemplazado por un orden de apariencia colaborativa y nodal. La mediación desaparece, no en el sentido de que deje de existir, sino en el de su apariencia, ya que deviene simple tarea mecanizada y se invisibiliza, dada su condición in-mediata. Disueltos los mediadores, rigen las interfaces transparentes, y con la interfaz ubicua y bio-emplazada en el tejido cotidiano, cobra cuerpo la utopía de la transparencia, de la disponibilidad, de la experiencia directa: “Cuando se cancela la deuda social (*do it yourself*), se desvanece la responsabilidad (*ctrl+z*) y la igualdad se fija en el precio (*low-cost*), aparece el dominio de lo post-público, el universo de los

usuarios que han perdido el miedo porque ya está todo señalado y ya es cosa de cada uno [...] Juan Palomo, el cocinero, no es cliente de nadie, es amo y señor de su propio espacio de veridicción” (Marzo, 2015: 5). La inserción del *fake* en los órdenes cotidianos de la vida pasa, por consiguiente, también por la interrupción, momentánea, de la noción singularizada de autonomía personal, aunque sea esa autonomía un medio habitual de penetración de numerosas prácticas veroficticias, como en el caso de las acciones de Eva y Franco Mattes (CE 34) que aprovechan la individuación automática de ciertos web-chats para infiltrarse en los enunciados, o en la acción de Guillermo Trujillano (CE 3) en 2003 en un centro comercial de Barcelona, en el que colocó un teléfono público conectado al sistema de megafonía y que, de forma gratuita podía ser utilizado por cualquiera. El objetivo era explorar el mito de la privacidad en la comunicación actual: si tanta importancia se le da, ¿por qué ésta desaparece como prioridad cuando surge la gratuidad? La revelación que puede producir un *fake* de los efectos colectivos y masivos de las múltiples condiciones sistematizadas y programadas de la comunicación actual, que aparentemente se conduce mediante impulsos originados por cada usuario en un régimen de gran libertad y autonomía, es parte sustancial de esa reflexión general sobre la consecución de un lenguaje común que ponga más el acento sobre las capacidades colectivas de regeneración lingüística y menos sobre la autonomía estrictamente en la realización de enunciados.

3) Un tercer estrato para comprender la inserción teatralizada de la veroficción en la vida cotidiana se define en la atención que la vida social tiene para un sector de artistas que desea nutrirse de ella con elementos con los que forjar sus proyectos. La mayor relación de los artistas con problemas ajenos que con propios, al desplazar la subjetividad del autor al terreno de la eficacia como sujeto social, hace posible que los materiales mismos del proyecto sean consustancialmente sociales, habitualmente manejados mediante metodologías procedentes de las ciencias sociales, como la sociología o la antropología. Lucy Lippard considera que esas prácticas, al producirse en el “interior de la vida social” tienden a compartir los tiempos y espacios que en ella se producen, activando así, en todo su potencial, sus cargas políticas, siendo más eficaces

(Lippard, 2001). Además, Lippard habla de este tipo de prácticas insertándolas en el campo general del “arte público”, de libre acceso, desafiante e implicado, consciente de las energías sociales de la comunidad que la participa, y defensor de una autonomía de gestión opuesta a la burocracia. Para ello, el practicante de este tipo de arte público “debe participar en el proceso tanto como dirigirlo, tiene que ‘vivir allí de algún modo: físicamente, simbólicamente o empáticamente” (Lippard, 2001: 69). El practicante de este tipo de arte público debe convertir su recodificación semiótica en una teoría misma de la vida en la que sea posible vertebrar no solo una crítica a la deriva interesada del lenguaje sino una implementación social en las que los sentidos adquieran “sentido” en el quehacer cotidiano.

4) Por último, pero no por ello menos sustancial, la práctica del *fake* como “teatro invisible” (Boyd, 2012) revela un aspecto nuclear del debate estético del siglo XX: la capacidad, oportunidad y éxito en la creación de una realidad alterna. Álvarez Barrientos, al ocuparse de literatura apócrifa señala que ésta “es testimonio del fracaso del arte al intentar conseguir autonomía e independencia creativa respecto de las demás instancias en las que inevitablemente nace” (Álvarez Barrientos, 2014: 11). La pulsión autonomista de las prácticas culturales de la modernidad, nacida de la voluntad de preservarlas de modos y objetivos de la economía mercantil de los afectos y productos, hace décadas que está en proceso de adaptación a nuevas relaciones con el entorno que haga más eficaz la batalla contra su propia extinción como disciplina cultural independiente. Frente al reto de no quedar sumergido en un orden estético calibrado por la oferta, una parte del arte busca insertarse en la esfera cotidiana para salvar una condición autónoma última mediante la “actitud”. Los *fakes*, en ese sentido, tanto en su lado artístico como activista, son siempre un acto modélicamente artístico, ya que marcan con trazo grueso la delimitación con otras prácticas similares practicadas empresarialmente: persiguen en la revelación distintiva de su *artificio veroficticio* ofrecer una declaración de independencia estética.

Sin embargo, al hacer suyas metodologías y objetivos procedentes de las ciencias sociales, este tipo de fenómenos creativos también se hace heredero de una larga línea de pensamiento sociológico que cuestiona la fabricación cultural de las prácticas sociales en las que las obras surgen. El autonomismo del arte ha acabado reconociendo la importancia de unas prácticas sociales que son la base de productos que más tarde se consideran culturales y que son la razón misma del autonomismo estético o político. Esta paradoja es resuelta por el rechazo a la banalización y mera fruición de esos signos en un régimen de competencia biosensorial y de veroficción permanente. Estas prácticas artísticas se definen, por consiguiente, mediante en una nueva relación de parasitismo cuya naturaleza distinta pero molesta les otorga la autonomía lingüística y política que reclaman. Efectivamente, esto conlleva el riesgo inminente de ser cooptado como una forma rémora pero ineficaz a la hora de representar realmente una alternativa política (Baigorri, 2006).

### 3.2.3- CAMUFLAJE

El camuflaje es el arma de la invisibilidad en una ecología de la competencia. Al mismo tiempo, es el instrumento principal en una economía de la competencia. Ambas interpretaciones tienen un papel central en la teoría de la veroficción, no sólo porque el camuflaje representa una técnica central en la historia de la representación ilusionista, como ya ha sido suficientemente explicitado (Gregory y Gombrich, 1973), sino porque condicionan la perspectiva política del mismo al presentar en sentido análogo los procedimientos, causas y efectos del camuflaje tanto en el dominio animal como en el dominio político. Será bueno atender este aspecto porque en mayor o menor medida esa analogía contribuye a presentar la falsificación iconográfica en clave siempre violenta, depredadora, cuando, por el contrario, el camuflaje también es recurso habitual en la normal actividad humana, siempre buscando adaptarse a las situaciones (Gombrich, 1979; Berger, 2000; Carducci, 2009).

En cualquier caso, hablar de camuflaje supone desplazarse por conceptos casi siempre vinculados al lenguaje taticista de la atención y la sospecha. El mito religioso cristiano fijó que el diablo se camufló de serpiente para tentar al hombre, y que el lobo se vistió de oveja para pasar desapercibido. Así, la técnica del disimulo quedó para siempre impregnada de oscura intencionalidad agresiva, que pronto pobló las metáforas del quehacer humano. Los comportamientos tácticos de los animales sirvieron para crear analogías de la vida social. Hillel Schwartz, al hilo de esa profunda hipoteca conceptual, ya observó que la naturalización del mimetismo natural en el lenguaje militar de la Primera Guerra Mundial –periodo crucial en este asunto, como ahora veremos– cobró especial relevancia a través de una nueva configuración del ver: “el arte de confundir la mirada que precedía el ataque” (Schwartz, 1998: 190). Los términos franceses habituales *camouflage* (cegar, velar) -del italiano *camuffare* (disfrazar, engañar)<sup>9</sup> -, o *maquillage*, asociado al sentido del robo o la falsificación (del griego *makhene*, “hacer”, de donde se deriva máquina), nos informan, además, de cómo la desaparición y la sobreexposición son tácticas asimiladas tanto en el reino animal como en el proceder social de una economía de la competición dirimida en buena parte en artefactos de producción visual.

De noche, todos los gatos son pardos. La gran mayoría de los animales han desarrollado técnicas de ilusión óptica con fines tanto defensivos como ofensivos (Portmann, 1967; Fogden, 1974; Bouvet, 2000). La “estrategia del camaleón” se extiende en diversos grados a todas las especies. Las aves tienen el vientre claro y el lomo oscuro, rebajando así su perfil ante miradas indiscretas. En 1993, se aisló el gen que genera el patrón rayado llamado *agouti* en muchos mamíferos y se descubrió el gen responsable de los cambios de pigmentación (Manceau, Domingues, Mallarino, Hoekstra, 2011). Cien años

---

<sup>9</sup> Paolo Fabbri ha indicado que el término italiano *camuffare* es posible que derive tanto de *cafouma*, vocablo de los siglos XVII-XVIII que significaría “arrojar una ráfaga de humo a la cara de alguien para desorientarlo, para ofuscarlo”, como de *carmare*, verbo con la misma raíz que *carmen* y del que procede *charme*, “encantamiento”. El camuflaje sería un encantamiento a que se somete a las cosas para que tengan un significado distinto del habitual. Es el equivalente del inglés *to get a spell*, “hacer un encantamiento”: “Me parece muy sugerente que *camuflaje* tenga la misma raíz de la que procede *carmen*, poesía”. Citado en Migliore, 2008: 91.

antes, el artista estadounidense Abbott Handerson Thayer estableció en su teoría sobre la “Gradación Obliterativa y la Coloración Protectora”, publicada en 1909 pero desarrollada desde 1896, que la gradación de color en la piel de muchos animales servía para romper la superficie del objeto y hacerlo aparecer plano, sin cualidades tridimensionales. La razón de estos genes es escapar a la detección, confundiendo la percepción (White, 1951; Behrens, 1988). El término “aposemático” tiene, desde los estudios de Thayer, una resonancia semántica de gran interés. Designa el conjunto de medios utilizados por los mamíferos, y sobre todo por los insectos, como *tácticas* de defensa o como *estrategias* de acecho. Así, para el semiólogo Paolo Fabbri, la relación de conflicto entre predador o presa requiere necesariamente un conocimiento recíproco y cierta dosis de “complicidad”: “Puesto que para luchar hay necesidad de entenderse y puesto que los signos son manipulables, también es posible la reversibilidad de *roles*. Es decir, que el predador adopta las características de la víctima, y la presa puede camuflarse de predador. Desde este punto de vista, 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” (Migliore, 2008: 92). Roger Caillois presentó, en esta dirección, ciertos casos de camuflaje que iluminan singularmente la intensa paradoja que la eficacia de la ilusión puede inducir en el sistema de *desapariencia*: “El caso de las filias es desgraciado, ya que se devoran entre ellas al tomarse por verdaderas hojas, de modo que podríamos pensar en una especie de masoquismo colectivo que conduce a la homofagia mutua, por ser la simulación de la hoja una *provocación* al canibalismo bajo esta forma de festín totémico” (Caillois, 2008: 130).

Fue durante la Primera Guerra Mundial cuando se normalizaron y actualizaron estas referencias de mimetismo animal en el lenguaje militar. Aunque la militarización de estas descripciones no es una invención moderna –véase el caballo de Troya- su importancia se acrecentó enormemente durante la Primera Guerra Mundial debido al uso del aeroplano, del globo y de la fotografía para la observación aérea, por lo que la condición de perspectiva visual inherente al

camuflaje adoptó matices plenamente modernos en tanto que sus efectos tenían lugar sobre las imágenes mecánicas. Tengamos presente que muchas de aquellas actividades tenían como objetivo despistar no a los soldados en el frente de batalla sino a las fotografías y películas tomadas desde el aire. Aquellos ilusionismos bélicos servían para camuflar la realidad, pero la realidad *mediática*. El fin era falsear la "predicción" del enemigo, su conocimiento de la realidad, mediante escenografías de realidad, que fueran verosímiles a las lentes de las cámaras.

La primera unidad de camuflaje en la historia militar se estableció en 1915 por los franceses, bajo el mando de los artistas Eugène Corbin y Lucien-Victor Guirand de Scevola. Pronto surgieron secciones similares en los ejércitos de la Gran Bretaña, Estados Unidos, Alemania, Italia y Rusia. Estas unidades estaban formadas principalmente por personas que en la vida civil eran artistas, diseñadores, fotógrafos, escenógrafos, ilusionistas o arquitectos (Hartcup, 1980; Behrens, 1981). Durante las dos guerras mundiales, creadores como Jacques Villon, Jean-Louis Forain, Franz Marc, Arshile Gorky, Edward Wadsworth, Thomas Hart Benton, Gyorgy Kepes, Barry Faulkner, Grant Wood, Julian Trevelyan, Roland Penrose, John Gaitha Browning, Jon Gnagy, Ellsworth Kelly, Laszlo Moholy-Nagy, Louis Guingot, Sherry Fry, William Stanley Hayter u Oskar Schlemmer participaron directamente de estas actividades, un hecho que subrayaba los intensos vínculos entre las técnicas artísticas y escénicas y la producción política e industrial de ilusionismo (Shapiro, 1979). El cubismo, por ejemplo, representará una base firme desde la que partir para encarar el fenómeno de la ruptura de los planos en el espacio (Kahn, 1984; Delouche, 1993). El propio Picasso le sugería por carta al artillero Guillaume Apollinaire en 1915: "La artillería sólo es visible para los aeroplanos; como los cañones, incluso pintados de gris, conservan la forma, habría que pintarlos de colores vivos y a trozos rojos amarillo verde azul blanco en arlequín" (Méndez Baiges, 2003: 23). Picasso, en palabras de Gertrude Stein, tenía en mente el especial modo de construir en los pueblos españoles, "en los que las hileras de casas no siguen el paisaje, adaptándose a él, sino que penetran en el paisaje, se

confunden con él” (Méndez Baiges, 2003: 22). De esta manera, Picasso derivaba el principio cubista de descomposición de la forma por medio de planos o facetas de colores al terreno de la *desapariencia*. La aplicación de estas técnicas tendrá gran repercusión en la forma de hacer desaparecer los contornos de edificios y armas pesadas, en especial en los buques de guerra, que gracias a la pintura llamada “dazzle”, cubrirá a los navíos de las dos guerras mundiales en estructuras visuales que dificultaban su percepción a los operadores de periscopios de los submarinos enemigos (Behrens, 1987).

El uso del camuflaje en la Primera Guerra Mundial no supuso únicamente el encuentro entre el formalismo moderno y el mundo militar, sino que hizo posible el reconocimiento de ciertas maneras de pensar la experiencia humana mediante la desaparición. Hillel Schwartz indicó que aquella experiencia terrible expuso que el trampantojo ya no era un simple truco, sino que proyectó “cómo organizamos nuestras vidas, cómo las agrandamos, cómo proponemos que cosas y cuerpos son recordados” en un sistema visual mecánico, hiperrealista y verista que certificaba “la incapacidad del ojo desnudo en una época de engaños vivientes” (Schwartz, 1996: 208-209). Naturalmente, el soldado simbolizó en todo su drama una nueva era de la experiencia propia del soldado inserto en la nueva guerra automatizada e industrial:

[...] reproducía la experiencia visual de las tropas en el frente: duplicación, oscuridad, desplazamiento, desorientación, fragmentación, vértigo. Si las alucinaciones de pesadilla, la amnesia, la sordomudez, los estados de fuga, los temblores y el mareo del nuevo síndrome del ‘choque de la metralla’ parecían a veces un puro invento de hombres aterrorizados, los síntomas de tal fingimiento, o ‘siniestrosis’, reflejaban de manera equívoca las tácticas de los *camoufleurs*: mímica, gradación obliterativa, enmascaramiento, disrupción y emoción. El traumatismo de la guerra y el trampantojo de la guerra estaban hechos de la misma materia (Schwartz, 1996: 186).

Las definiciones de camuflaje aplicadas a la vida social no son fácilmente distinguibles de las operadas por el universo militar. Francisco Marín define

“camuflaje militar” o “decepción” como aquella “información diseñada para manipular el comportamiento de otros induciéndoles a aceptar una presentación falsa o distorsionada de su entorno físico, social o político” (Marín, 2004: 59). Barton Whaley, por su parte, ha advertido que “el engaño es la deformación intencionada de la realidad que percibe otra persona”, y que esta puede dividirse en dos categorías principales: la disimulación (ocultar lo real) y la simulación (mostrar lo falso). Dentro de la disimulación, identifica tres clases: el encubrimiento (ocultar lo real haciéndolo invisible), la tergiversación (ocultar lo real disfrazándolo) y el despiste (ocultar lo real confundiendo). Dentro de la simulación, incluye la imitación (mostrar lo falso a través de los parecidos), la invención (mostrar lo falso a través de una realidad diferente) y la atracción (mostrar lo falso desviando la atención) (Whaley, 2006).

Esta aproximación a la definición de camuflaje nos presenta, por tanto, dos formas paralelas de producción lingüística o visual: la invisibilidad y la sobreexposición. Michel Boulard, al hablar de la “ecología de la competición” animal, también distingue dos aspectos del camuflaje: el arte de pasar desapercibido, de no ser visto, de “desaparecer”, de disolverse en el ambiente, de hacerse invisible; y el mimetismo (*disfraz*) que llama la atención con la exhibición de caracteres usurpados a otras especies animales (Boulard, 2005). Roger Caillois lo explicitó con claridad en 1960 al ocuparse de las relaciones entre pintura, camuflaje y disfraz: “Uno no se disfraza únicamente para ocultarse. Se disfraza al menos tanto para hacerse ver, por aparecer bajo un ropaje de prestado, espectacular y sorprendente, desconcertante o engañoso” (Caillois, 1962: 136). Se trata de la propia definición de “trampantojo”. Fernando Huici describió este recurso en la obra de Max Aub (CE 10) como “una ilusión que se proyecta más allá de sí misma, que satura la intensidad del efecto hasta alcanzar un límite crítico de la percepción que, paradójicamente, ciega los sentidos a toda conciencia de su naturaleza ilusoria” (Huici, 2003: 21). El disfraz opera a menudo no tanto a modo de mecanismo que produce invisibilidad como de instrumento teatral de diversión (*dí-vertere*: separar, alejarse, entretenerse) que, mostrando elementos insólitos y sorpresivos desvía

la mirada sobre la intención real del actor mediante la saturación visual. Ya hemos visto en la sección anterior la arraigada relación entre la veroficción y el teatro. No vamos a insistir aquí. Sólo cabe, si acaso, subrayar este elemento central en las prácticas *fake* que nos ocupan, puesto que muchas de ellas operan más bajo el registro de la “hiperexposición” que el de la invisibilidad.

Veamos dos ejemplos ilustrativos que nos ayudan a establecer una directa conexión entre la invisibilización de la apariencia estética y la sobreexposición como modo de ocultamiento. El primero es una acción-performance de Valie Export y Peter Weibel realizada en las calles de Viena en 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 presentadora que se disponía a entrevistarle 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”. 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” (Burden, 1995: 128; Marzo, 1995: 90). Los espectadores del programa cesaron en un cierto momento de percibir el orden artístico de la propuesta de Burden para sumergirse en la explotación del escándalo y vivirlo de una forma directamente social y sin apriorismos.

El mundo de la magia y el ilusionismo ha hecho del principio de la sobreexposición un elemento tractor en su catálogo técnico. Eliphaz Lévi, que en realidad se llamaba Alphonse Louis Constant, y que era un mago y escritor ocultista desaparecido en 1875, creía firmemente en que el secreto de la invisibilidad residía en la facultad de “paralizar” la atención mediante la plena exposición. Expuso el siguiente 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” (Ball, 2016: 199-200).

Harry Houdini, pionero en la fusión entre técnicas ilusionistas y publicitarias en un periodo histórico marcado por el impacto de las nacientes tecnologías de producción y reproducción, consideraba que el núcleo del acto ilusionista radicaba en la combinación entre distracción y exposición: “Siempre me impresionó la facilidad con que los pianistas pueden leer e interpretar a vista alzada las piezas más difíciles. Observé que, con práctica, sería posible crear una certeza de percepción y facilidad de pulsación, facilitando que el artista atienda diversas cosas simultáneamente, mientras sus manos se ocupan de las tareas más complicadas. Esta facultad es la que deseaba adquirir y aplicar con maña y destreza. Poder utilizar esta ventaja y traspasarla al público se me hizo primordial, porque así podía evitar que éste estuviera pendiente de los movimientos de las manos. Y aconsejaba lo siguiente a los magos noveles:

“¡Mantén siempre tu entusiasmo! No hay nada más contagioso que un entusiasmo exuberante. A través de él, siempre tendrás un público a tu disposición" (Marzo, 1998b: 206 y 210).

En 1998, el autor de la presente tesis doctoral fue comisario de la exposición *Escape*, celebrada en la Sala Amarica (Vitoria), de la Diputación Foral de Álava. Aquella muestra –y la publicación que la acompañaba- reflexionaba sobre la condición de la verdad en un mundo sometido a criterios dispares de transparencia, secreto y escamoteo. La cuestión principal partía de la siguiente pregunta: ¿cómo conjugar una sociedad que blande la transparencia como su utopía más querida y el sistema de representación que se ha dado, fundamentado en la ilusión? ¿Cómo interpretar los espacios de veridicción en un modelo biopolítico de espectáculo de magia basado en que el público no quiere ver el truco puesto que entonces desaparecería el espectáculo? (Marzo, 1998b). Estas cuitas tomaron forma de nuevas preguntas casi diez años después en una conferencia del autor en el MediaLab de Madrid sobre las relaciones entre la magia y la tecnología y en un artículo de reflexión en el diario *La Vanguardia* (Marzo, 2007a, 2007b). La pregunta había mutado en parte durante aquella década: ¿Cómo interpretar que la transparencia se hubiera convertido en uno de los principales recursos del ilusionismo? ¿Qué debía interpretarse verdaderamente del principio de Houdini sobre el “entusiasmo exuberante” como vía de distracción? ¿No son los principios de transparencia y de entusiasmo valores íntimamente asociados en el marco de la mecánica lingüística de la posverdad, cuyos pilares hundan sus fundamentos en la retórica de la transparencia generada por un “sincero entusiasmo”, exento aparentemente de tacticismos, de dobleces?. En definitiva, ¿es la transparencia, esto es, la sobreexposición, el principio actual del camuflaje? ¿Cómo se construye –y se destruye- ese estado de inocencia y autenticidad en el que los hechos o los dispositivos racionales no cuentan como factores de la ecuación, sino sólo la elocuencia hipersincera, pornográfica y sin tapujos?

La historia del camuflaje debe ser reescrita a partir de esta *querelle* sobre la transparencia, de modo que sea posible insertarse en el mito que permite la proliferación de entusiasmos como formas de economía política para colocar en su interior ciertas bombas de relojería. Y, efectivamente, al mismo tiempo, ese terrorismo necesariamente implantado en la urdimbre del mito (el *fake*, la veroficción) debe poder explicarse en relación a la constitución de nuevas herramientas que ofrezcan posibilidades de contrapoder. Porque al camuflaje hay que exigirle el propósito de “crear el pánico” allí donde la sociedad se entusiasma con la clarividencia del lenguaje técnico, directo y entusiasta. El colectivo de filósofos y activistas Tiqqun ha planteado la idea de la *difusión* de niebla de fondo, como “*algo vaporoso y fluido*, que no debe condensarse en ninguna parte, que no debe tomar cuerpo” (Tiqqun, 2015: 158). A su juicio, la oscuridad se presenta –paradójicamente- como una posible fuente de incisiva liberación. Son alusiones directas a T. H. Lawrence (de Arabia) y su *Manual de Guerrilla* (1926), y a Gilles Deleuze, de quien recuerdan su llamada a celebrar “las potencias de lo falso”: “Hay que fabricar lo real, no responderle” (Deleuze, 1986: 185-198). Tiqqun defiende que la revuelta sólo deviene invisible en la medida en que alcanza el objetivo de privar al adversario del objetivo de convertirlo todo en transparencia, de hacer del todo algo diáfano. Jacques Derrida interpretó esta cuestión precisamente a través de la etimología del término *diáfano*: “da a ver sin mostrar materia, lugar del aparecer” (Derrida, 1985: 130). Invisible y diáfano, materias de similar sustancia por las cuales algo, de tanto “dejarse ver”, no refleja nada.

Eliseo Verón, uno de los promotores del “Arte de los Medios” en Argentina, manifestó en 1967, al ocuparse de la veroficción mediática elaborada por Roberto Jacoby, Eduardo Costa y Raúl Escari (CE 4), que la gente “despierta” debía asumir cuanto antes la distorsión de las señales del sistema como estrategia de supervivencia. La razón no era otra, en su opinión, que el problema de la *di-versión* de lo transparente: “Esta situación [la proliferación de “deformaciones impunes e inocentes”], vinculada con los avances tecnológicos que han llevado a la llamada “sociedad de masas”, no ha debido esperar

mucho para encontrar sus ideólogos: los que proclaman el fin de las ideologías en la sociedad industrial democrática, regida por el pluralismo manifestado en la opinión de los públicos masivos. 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” (Verón, 2000: 48). Verón, por consiguiente, emplazaba el tema de la transparencia en un sentido contemporáneo por el que los artistas debían ponerse a trabajar para problematizar no lo que es declarado secreto, sino lo que es presentado como confiable: “Tematizar la confianza como el hecho de base de la comunicación” (Verón, 2000: 47). En pocas palabras, invita a operar en el espacio de veridicción, licuado y dúctil bajo los códigos del mercado, poniendo el acento tanto en la veracidad como en el naciente sentido de sinceridad que proyectan los propietarios de los medios de producción.

James G. Ballard, en su “Proyecto para un glosario del siglo XX”, define camuflaje como “el buque de guerra o el búnker camuflados que no tienen que desaparecer por completo, sino confundir nuestros sistemas de reconocimiento siendo por un momento lo que son y luego dejando de serlo. Muchos imitadores y políticos sacan partido del mismo principio” (Ballard, 2002: 303). La desaparición no se produce únicamente como procedimiento con el que encubrir el secreto: en el imperio del signo, el secreto adquiere la posibilidad de ocultarse frente a los focos. Muta de magia a ventriloquía: sustituye el truco por la exposición descarnada del muñeco y de la figura que hay detrás, convirtiéndolo todo en un escenario, eliminando “lo real que hay en el otro”. Así lo percibe Byung-Chul Han en *La sociedad de la transparencia: la sociedad positiva* “es aquella en la que las cosas, convertidas en mercancía, han de *exponerse para ser*” (Han, 2013: 11). Siguiendo a Jean Baudrillard en *Las estrategias fatales* (Baudrillard, 1983), Han cree que “el exceso de exposición hace de todo una mercancía [...] la exposición es explotación. El imperativo de la exposición aniquila el *habitar* mismo” (Han, 2013: 13). Una sociedad positiva despreciaría los espacios de negatividad, pues encuentra en ellos una “intolerable” (Rancière) interrupción del flujo constante de realidad. De esta

manera, lo negativo debe resurgir como cortocircuito de los espacios de validación, de veridicción. Una lectura en plena sintonía con la premisa establecida por Michel Foucault de “hacer visible lo que sólo es invisible porque está demasiado en la superficie de las cosas” (Morey, 1983: 121). Maite Méndez Baiges, al ocuparse sobre el rol del camuflaje en el arte contemporáneo, recoge también esta tesis de Foucault formulada en *Tecnologías del yo* (1981) para exponer que “la inflación de signos propia de nuestro entorno sirve también para ocultar, y para acabar manifestando, incluso involuntariamente, que es propio de la iconosfera ocultar tanta o más información que la que muestra”. La solución pasaría, como opinaba Foucault o Deleuze, en “fabricar nuestras propias construcciones ilusorias y desplazar así las que nos vienen impuestas” (Méndez Baiges, 2009: 39).

También para Han es perentorio recuperar lugares de negatividad, mantener territorios de separación, que no duda en relacionar con el secreto, para interrumpir el flujo de lo que llama el *infierno de lo igual* creado por cadenas infinitas de “signos muertos”. Sin ir más lejos, es fácil observar cómo los logos de las grandes corporaciones energéticas, financieras, industriales o comerciales adoptan iconos (flores, mariposas o gaviotas) que representan aquello de cuya desaparición son responsables. Naomi Klein ya demostró ese proceso en 1999 (Klein, 2001). Se trata de una iconografía pública con un fuerte *d\_efecto barroco*, propio de una política de las imágenes que pretende mostrar lo que se ha sustraído a la realidad, creando transparencias *ad limine*. Santos, indígenas, pobres, mártires y reyes –todos ausentes- se asentaron como figuras en las fachadas, lienzos y libros que, en forma de demiurgo, revelaban lo que ya *no estaba* o lo que no podía alcanzarse (Badia y Marzo, 2010). En el universo de los iconos actuales, la logografía del lenguaje postalfabético produce una suerte de automatización en la recepción de los signos, que convierte al instrumento en superficie (interfaz). Se crea así un *d\_efecto* transparente a la vez que resplandeciente que facilita el éxito de las tácticas ilusionistas de camuflaje por parte de todos los actores implicados.

La mimesis de lo diáfano deviene, por consiguiente, instrumento de camuflaje principal en una economía de la competencia cuyo mito principal es la transparencia. El artista Octavi Comeron (CE 8) percibió como una “ubicuidad totalitaria” la epifanía capitalista que representa el fenómeno de la transparencia (Comeron, 2007a,b). Analizando las transformaciones del modelo productivo y laboral de la nueva “creatividad industrial”, describió cómo el sueño moderno del cristal mutaba en metáfora tractora del proceso general de “innovación” estética de los fenómenos sociales. Según la lectura de Comeron, por un lado, el poder adopta tácticamente los tradicionales relatos artísticos de la arquitectura, el diseño y las TIC sobre el cristal y el espacio para dismantelar su especificidad pero sin afectar la capacidad evocadora del mito una vez aquellos relatos son aplicados sobre las mercancías. En esto, su posición se asemeja a la manifestada por Hal Foster en *Diseño y crimen*, en donde éste alerta sobre la necesidad que tiene el mercado de “relativizar” la autonomía del arte (Foster, 2002: 125). Por otro lado, el artista asume su exposición como operador de laboratorio en una nueva política general de la creatividad gestionada por la exhibición del trabajo. Ambos procesos son compatibles al compartir un sentido común de “transparencia”: “La transparencia supone la teatralización del espacio productivo” (Comeron, 2007a: 61), lo que conduce a su vez a la *des-singularización*, a la invisibilidad. Precisamente, una invisibilidad, que es la que el propio artista reconoce como instrumento para sustraerse al imperio de la ubicua sobreexposición.

### 3.2.3.1- ARTE CONTEMPORÁNEO Y CAMUFLAJE FORMAL

La invisibilidad y el camuflaje son vehículos no sólo para velar el objetivo último de las prácticas veroficticias sino también para anular el *d\_efecto* estético que conlleva su percepción en términos artísticos y proyectar una relación con el perceptor u observador no contaminada por el decalage social del arte. No obstante, es necesario tener presente otro tipo de prácticas que también utilizan el camuflaje como forma de reflexión sobre la condición de la imagen contemporánea y su emplazamiento político, pero que, a diferencia de las

primeras –que son las que primordialmente nos interesan aquí- no se manifiestan con la intención de burlar, jugar, engañar o desorientar a un observador que no se sabe espectador. Son trabajos en los que los artistas crean iconografías jugando con la percepción de la imagen, mediante registros performativos, o técnicas de retoque, con la intención de desdibujar los lindes entre fondo y figura y plantear una reflexión sobre la *perceptio* de la cosa bajo la cacofonía estruendosa del entorno y de la sobrecarga de los signos. Un número importante de estos trabajos fotográficos utilizan la pintura corporal para camuflar los cuerpos en el entorno, interrumpiendo la presencia humana (Lehndorff y Trulzsch, 1986).

Maite Méndez Baiges, al analizar este tipo de obras, las pone en directa asociación con las veroficciones, emplazando todo el conjunto a un marco más general de infiltración en la “inflación semiótica” del sistema comunicacional, presidido por el “gran camuflador” (Méndez Baiges, 2008: 60). Aunque la aproximación de Méndez Baiges es hartamente insólita en los recientes estudios sobre estas materias, su análisis adolece de una clara distinción entre las veroficciones y las obras cuyo enfoque estético no se desea camuflar. A pesar de reconocer conexiones entre estos fotógrafos y *performers* del camuflaje formal y las prácticas de guerrilla de la comunicación, la autora no atiende al hecho de que el tratamiento iconográfico de los signos es muy distinto entre un *fake*, construido en el proceso de un disimulo absoluto de la intención final, y una imagen que desde el primer momento advierte de su condición formal. No sólo son distintos los significados de los mismos signos, sino su condición política y ética en la configuración del lenguaje común, y que emplaza a numerosas veroficciones al terreno de la acción política. Naturalmente, muchos artistas del camuflaje formalista se ocupan de cuestiones políticas, de género, medioambientales o bioeconómicas, pero lo hacen sin abandonar el espacio estético.

Méndez Baiges y Pedro Pizarro aciertan, de todos modos, al comentar que, en la mayoría de los casos, el camuflaje sirve para “articular una reflexión estética,

política y antropológica sobre cuestiones relativas a la conformación de la identidad y de la subjetividad, o el reconocimiento del engaño, la vigilancia, el control, el simulacro, el disfraz, la construcción de lo real o la manipulación como signos distintivos de las sociedades contemporáneas” (Méndez Baiges, Pizarro, 2009: 9). En este sentido, la iconosfera invitaría a los artistas a confundirse deliberadamente allí donde se produce el discurso dominante. La mimesis, el disfraz, la máscara se harían servir de instrumentos para desmontar “los mecanismos de producción de la imagen social o de la realidad” en el imperio del simulacro (Méndez Baiges, 2009: 42).

Los trabajos de artistas como Jeff Wall a finales de la década de 1980 ya abrieron una reflexión sobre la *repetición* de la realidad estética, al disponer escenas fotográficas que se camuflaban de *reenactments* de obras de arte clásicas para trasladar su semiótica al presente. Artistas como Yasumasa Morimura o Cindy Sherman trabajaron también desde aquellos años el disfraz fotográfico mediante performance del maquillaje y de la dirección de arte para construir personajes icónicos. El Pop Art había puesto sobre el tapete a finales de la década de 1950 el uso de la mimesis como vía de dislocación semántica (Foster, 2014), que no cesó gracias al interés posmoderno por las “condiciones” de la imagen alegórica, cuyo significado siempre está en otro sitio. Las obras de exposiciones como *El arte y su doble* (Cameron, 1986), y en especial las elaboradas en aquellos días por Louise Lawler, Sherrie Levine, Cindy Sherman, Sylvie Fleury, Jeff Koons, Richard Prince, Haim Steinbach o Allan McCollum, partieron de los presupuestos de los años 1930 de Walter Benjamin, de los elaborados por Roland Barthes y Jean Baudrillard en las décadas de 1960 y 1970, o de las críticas de Hal Foster en los 1980, para explorar la copia como sustituto hantológico (fantasmal) de la realidad en un sistema en el que el signo ha perdido su función representativa (Barthes, 1977; Benjamin, 1989; Foster, 2001; Baudrillard, 2007). Los mecanismos falsificadores del sistema se convertían así en el medio de actuación en el que los artistas se apropiaron del sentido de la imagen para cuestionar los mecanismos de validación.

Durante la última década, los artistas dedicados a investigar el camuflaje desde su vertiente más formalista (Liu Bolin, Harvey Opgenorth, Derek Stroup, Valerie Prot, Starmaker, Vera Lehndorff, Holger Trülzsch, Sybille Kessler, Laurent La Gamba, Desiree Palmen, Peter Garfield, Mateo Maté, Moiré, Knut Åsdam, Ángeles Agrela, Adonis Flores, June Korea, Alison Jackson, Jon Uriarte, Thomas Dagg, Cédric Delsaux, Monica Duncan, Martí Llorens, Sonia La Mur, Rafael Goldchain, Chuck Samuels, Nikki S. Lee o Hans Eijkelboom), han partido de aquellas bases de principios de los años 1980 para actualizarlas a la luz de las nuevas capacidades tecnológicas que han fomentado una lectura de la historia y del archivo mediante la manipulación y retoque de las imágenes (Fineman, 2012; Brugioni, 1999), bien sea haciendo cobrar vida al pasado o a la ficción mediante mecanismos de falseamiento y teatralización –como ocurre en los documentales que utilizan técnicas virtuales para ilustrar con verismo los objetos o sucesos históricos-, bien sea planteando juegos ilusionistas que desvelan el poder o dificultad de la imagen contemporánea para transmitir veracidad (Zohar, 2007; Méndez Baiges, Pizarro, 2009; Shell, 2012; *Vvork*, 2012; *Exit*, 2016). Este tipo de técnicas también ha servido para que algunas artistas (Ana Mendieta, Carmen Mariscal, Lalla Essaydi o Gina Zacharias, entre otras) hayan desarrollado exploraciones sobre el cuerpo social femenino en contextos sociales en los que está habitualmente invisibilizado.

### **3.3- POLÍTICAS DE LA PARODIA**

#### **3.3.1- LA RISA**

La observación de Freud en su libro *El chiste y su relación con lo inconsciente* (1905) en la que manifiesta que “el efecto de un chiste es producido por la sucesión de desconcierto y esclarecimiento” (Freud, 2000, 4) abre las puertas para una vinculación entre la parodia y, en general, las formas lúdicas de expresión social y creativa como la veroficción, con procesos de desvelamiento de estructuras ocultas de la opinión común (*doxa*) y de los regímenes de verdad imperantes. Dolores Garnica, al analizar las obras del artista Maurizio

Cattelan, recuerda lo planteado por Greimas respecto al chiste: “Para conseguir una buena carcajada, un humorista-artista tendría que seguir los siguientes pasos: 1) Plantear una primera isotopía mediante un relato a modo de presentación. 2) Crear un diálogo con el que leerá el chiste para dramatizar la primera isotopía. 3) Plantear, en medio de la primera, una segunda isotopía, rompiendo su unidad pero intentando vincularlas. 4) La ‘gracia’ sucede cuando el espectador descubre las dos isotopías contrarias en el interior de un relato que se supone homogéneo” (Garnica, 2013: s/p). El resultado no es otro que el cortocircuito y la carcajada.

La gran mayoría de obras que constituyen los casos de estudio del presente trabajo se conducen mediante la ironía, la parodia, la burla, o la broma: es una característica central de su proceder. Primero, el *fake* parece serio, riguroso, objetivo, real, aunque también puede ser sorpresivo o desconcertante. En el momento de exponer su carácter ficticio, todo ello deviene habitualmente chanza y sonrisa traviesa. En el proceso de su “esclarecimiento”, se abre una brecha en la que la risa se mofa del principio de realidad. ¿Qué tiene la parodia para ser instrumento de reversión de este principio? ¿Qué tiene la parodia de político? ¿Qué de poético?

Freud distingue dos tipos de chiste: el abstracto y el tendencioso. Los chistes abstractos no tienen un propósito particular y son, en general, la minoría. La mayor parte de los chistes son tendenciosos: agresivos, hostiles, blasfemos, obscenos. En opinión del folclorista Elliot Oring, Freud ve a los chistes como “asaltos contra individuos y grupos reales en el mundo social. Sirven a las emociones al permitir enmascarar la expresión de la agresión como un juego” (Oring, 1992: 16). La rebaja conflictiva que produce el chiste se debe a la necesidad de convertir la opinión propia en un formato codificado y hasta cierto punto exonerado. Las analogías con la ventriloquía se hacen obvias. El muñeco es el canal por el que se vierten los exabruptos, la mofa, del mismo modo –recuerda Hillel Schwartz- que el loro protege al amo “cuando lanza sus impertinencias y ruidos paródicos, poniéndonos en aprietos y negándose a

seguir el guión”, habiendo sido los loros tradicionalmente vistos como “una cosa enviada por los dioses, inspirada por ellos para murmurar las verdades sagradas” (Schwartz, 1998: 148). La persona, la voz, queda protegida en su integridad social al desviar la atención a un formato dramático, a un relato ficticio, a un avatar. Aunque diga verdades como templos, el desvío de la atención es ya suficiente artificio (*techne*), para establecer que se entra en el ámbito de la ficción y de la habilidad. El chiste o el *fake* deben siempre dejar claro en algún momento que son lo que son, deben exponer su artificio, de igual forma que el carnaval está acotado en el tiempo y en el espacio, evidenciando una condición *separada*, que evita un mayor conflicto, como demostró en su día el análisis de Mijail Bajtin sobre las formas de expresión en la cultura popular (Bajtin, 1987). Oscar Wilde sostenía: “Si quieres que la gente sepa la verdad, hazles reír. De otro modo, te matarán” (Boyd, 2012: 285).

En 1707, el escritor irlandés Jonathan Swift adoptó el heterónimo de Isaac Bickerstaff, astrólogo, para mofarse del “astrólogo real” del rey Guillermo, un charlatán de nombre John Partridge, seudónimo 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 probaban o se condolían de la muerte del astrólogo. Fue el fin de Partridge (Stilman, 2012: 4 y ss).

La delicada frontera entre la ficción, la verosimilitud y la credibilidad también fue explorada por Swift en un texto publicado anónimamente en 1729 titulado *Una modesta proposición para evitar que los hijos de los pobres de Irlanda sean*

*una carga para sus padres o su país y para hacerlos útiles al público.* En un tono didáctico de fingida sinceridad y naturalidad, el escritor propone que los padres pobres vendan a sus hijos a los terratenientes ricos para que se los coman. La parodia que presenta fue intencionadamente malinterpretada en su día por los lectores burgueses de Swift, quienes no se sintieron interpelados por el escrito acusando la obra de “mal gusto”. De hecho, Swift ya había señalado que “la sátira es una especie de espejo, cuyos contempladores descubren en él los rostros de todo el mundo, excepto el propio” (Stilman, 2012: 3). No obstante, el texto consiguió una reflexión colectiva inédita sobre la *paradoxa*. En opinión del crítico D. W. Jefferson, al referirse a este texto, “el horror de la proposición puede ser formulado con impunidad en todos sus horribles detalles, porque es proporcionado al horror existente y permitido por el grupo social que representan, llanamente hablando, los lectores de Swift” (Stilman, 2012: 63). La clase social que leía a Swift se encontró con la paradoja hiperbólica del horror explicado con total naturalidad, a través de una broma.

La idea de que la ironía sirve para el “esclarecimiento” se desliza permanentemente en el pensamiento filosófico –en oposición a las doctrinas platónicas antisofistas y antipoéticas- desde Aristóteles (ver Rose, 1993). José Vicente Selma ha recordado en papel del griego en esta genealogía. La *Mayeútica*, o el arte de “ayudar a parir”, era concebido por él como una tarea de desestabilización de las certezas adquiridas, donde el juego dialéctico e interrumpido de preguntas y respuestas era capaz de llevar a la “víctima” a la aporía, es decir, a un estado de duda y perplejidad que, como toda “desorientación”, es algo más que dramatización de la vida o el conocimiento”; la aporía entendida como “el trastorno del que salimos escandalizados o sonrientes, afectos a la verdad violada o aclimatados a la intemperie o a la precariedad existencial, gnoseológica o social” (Selma, 1996: 162). Selma sostiene también que, a diferencia de la mentira, que pretende engañarnos, la ironía concebida por Aristóteles “invita a descifrar el texto que, de súbito, adquiere transparencia, pero desde aquí se ofrece como un trabajo que exige distancia, inteligencia, sensibilidad” (Selma, 1996: 166). Un brillante reflejo de

la interpretación aristotélica de la chanza como terapia esclarecedora se encuentra en la obra de Umberto Eco, *El nombre de la rosa* (1980), cuyo argumento basado en una serie de asesinatos en una abadía medieval acaba siendo dilucidado a través del papel del segundo libro (perdido) de la *Poética* de Aristóteles, en la que se defendía la función de la risa como motor de conocimiento (Eco, 2009).

Partiendo de Aristóteles y los sofistas, la defensa de la ironía como vehículo de desconcierto y revelación llegará hasta Schlegel, Kierkegaard, Heine, Baudelaire y Nietzsche; pasará por Krauss, Freud y Benjamin, hasta llegar a Debord y Foucault; irá del psicoanálisis al post-estructuralismo, de Kristeva y Lacan a Agamben y Žižek. Se trata de una constante que hace suyo el principio de Nietzsche recordado por Michel Foucault en *La verdad y las formas jurídicas* (1978); sólo en el *ridere, lugere y detestari* (reír, deplorar y detestar) puede comprenderse el juego de la verdad, sólo la ironía se convierte en instrumento de sospecha sobre el carácter de la *doxa*: “Estas tres pasiones o impulsos tienen en común el ser una manera no de aproximarse al objeto, de identificarse con él, sino de conservar el objeto a distancia, de diferenciarse o de romper con él, de protegerse de él por la risa, desvalorizarlo por la deploración, alejarlo y finalmente destruirlo por el odio” (Foucault, 2003: 26). El recurso permanente de la ironía en una parte importante de la tradición filosófica- ha observado Wayne Booth- se debe a la percepción de que ésta “socava claridades, 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” (Booth, 1986: 13).

Walter Benjamin ya señaló en *El concepto de crítica en el Romanticismo Alemán* que el “medium” conceptual de la teoría reflexiva del arte es la ironía (Benjamin, 1998). Para ello, emplazó los conceptos de “agudeza” de Gracián y sobre todo el “witz” (chiste, broma) de la Escuela de Jena como motores de potenciales descubrimientos, en especial el de que las piezas del “puzzle” no

se pueden montar: no hay ningún “todo” que encaje. Esa ironía, como forma de la paradoja, esa “clara conciencia de la eterna agilidad, de la plenitud infinita del caos” que Schlegel planteara, se define a través del “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” (Marzo, 1992: 83). Esa ironía permite la perduración de un estado caótico al trabajar desde la misma dislocación fragmentaria. Recordemos que para Schlegel, “el principio de toda poesía está en suprimir el curso y las leyes del entendimiento” (Rocha, 2012: 278).

Para Julia Kristeva, la ruptura ofrecida por el lenguaje poético es análoga a la insurrección política. En “La revolución en el lenguaje poético”, argumenta que la mimesis y el lenguaje poético pueden ser transgresores, constructivos y desestabilizadores: “Si bien ambas técnicas pueden aparecer como un argumento cómplice con el dogma, también pueden poner en movimiento lo que el dogma reprime. Al hacerlo, ya no actúan como las compuertas instintivas dentro del recinto de lo sagrado, sino que se convierten en manifestantes contra su postura. Y así, la complejidad revelada por esas prácticas, su proceso significativo, se une a la revolución social” (Kristeva, 1997: 49).

Giorgio Agamben, al ocuparse del concepto de “profanación” en la cultura contemporánea, también considera que la parodia es uno de los principios fundamentales de la potencialidad política del lenguaje. Durante el recorrido que realiza el filósofo italiano sobre la historia de la 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”), rememora a Giulio Scaligero, humanista de mediados del siglo XVI, cuando éste describía el momento en el que los rapsodas interrumpían su declamación y aparecían sobre el escenario “aquellos que, ya sea por el gusto de jugar o por fortalecer el ánimo de los espectadores, ponían del revés todo cuanto los había precedido” (Agamben, 2005: 49). Para Agamben, si consagrar (*sacrare*) era el término que designaba

la salida de las cosas de la esfera del derecho humano, *profanar* significaba, por el contrario, restituir el libre uso de los hombres, “abrir la posibilidad de una forma especial de negligencia, que ignora la separación o, mejor dicho, que hace de ella un uso particular” (Agamben, 2005: 98).

Profanar, en este sentido, no significaría simplemente abolir y anular las separaciones, sino aprender a hacer un nuevo uso, a jugar con ellas y a concebir a la audiencia como parte implícita de su desarrollo. Stephen Duncombe ha indicado que los chistes son siempre activos, un “asunto social”. Más que ninguna otra forma de comunicación, demanda participación de la audiencia: “El significado en un chiste es incompleto: no se da toda la información, y lo que queda debe ser proporcionado por el receptor” (Duncombe, 2007: 131). También Alejandro Herrero-Olaizola observa que al involucrarnos en un acto paródico como oyentes, lectores o espectadores, nos convertimos en una especie de analistas o críticos sociales, políticos, culturales e históricos (Herrero-Olaizola, 2000: 77). El bromista “no pretende timar a su público, sino ser descifrado por él”, recuerda Fernando de Felipe al tratar los documentales falsos (de Felipe, 2001: 36). Mediante la ironía, el lector se encuentra siempre “con-fabulando” con el autor.

### 3.3.2- EL PASTICHE

De entre los diversos formatos paródicos de “intervención”, el pastiche es especialmente singular. Para Álvarez Barrientos, el pastiche literario, la mezcla aparentemente arbitraria de estilos y citas con cuyo manejo el autor pretende ridiculizar a otro, es una de las formas paródicas tradicionalmente más intensas puesto que cuestiona no solo firmas sino sobre todo estilos –como se aprecia en el Quijote-, convirtiéndose así en una forma de crítica literaria (Álvarez Barrientos, 2014: 36). Fue la crítica literaria Estelle Irizarry quien a finales de los años 1970 puso en circulación el concepto de broma o pastiche como una travesura con fines literarios y humorísticos, en la que se incluyen las pistas necesarias para descubrir la superchería (Irizarry, 1979). Autoras como Linda

Hutcheon y Maria Rosell, al analizar el formato del pastiche como instrumento crítico, apuntan que la repetición paródica de un estilo favorece la irónica llamada de atención hacia su propia constitución y actualidad a través de un mimesis lúdica, activando tanto el cambio como la continuidad cultural (Hutcheon, 1995: 26; Rosell, 2012: 77). El pastiche ha tenido habitualmente como blanco de sus ataques aquellos escritores y artistas considerados “snobs”, incapaces de entender y explorar en profundidad las técnicas y sensibilidades modernas que van apareciendo, al hacer uso de ellas solo de forma superficial e incluso contradictoria. Rosell ha señalado que “el snob es la auténtica obra de arte de uno mismo: aquel que simula lo que no es y disimula lo que es” (Rosell, 2012: 78).

Tanto en el ámbito de la literatura como en el del arte, son numerosos los casos en los que se falsifican las obras, haciéndolas pasar de otros autores, y exponiendo las flaquezas y torpezas de las disciplinas culturales a la hora de distinguir “el grano de la paja”. Vimos en “El factor de lo falso en la producción cultural” casos sonados de pastiches que se mofaban de los relatos posmodernos y de su parafernalia citacionista. También en la sección de “Heteronimias”, observamos los casos de las imposturas artísticas realizadas por Paul Jordan-Smith (CE 12), Brian Howard, Carol Duncan o William Boyd, o el uso de animales para pintar obras atribuidas a artistas contemporáneos, todo ello diseñado para parodiar estilos artísticos determinados y denunciar la deshonestidad de la crítica. Todos esos ejemplos recuerdan que el pastiche es, en realidad, un modo popular de mofarse de los formatos altamente intelectualizados de las disciplinas culturales. El pastiche funcionaría así como una imagen invertida y burlona del metatexto que la clase intelectual se exige a sí misma como dispositivo donante de legitimidad.

En la esfera de la literatura, vale la pena recordar la *Antología Modelna* de Federico García Lorca, escrita entre 1927 y 1928, y formada por un compendio de pastiches falsamente atribuidos a sus compañeros generacionales, presentado junto a la antología del poeta profalangista Isidoro Capdepón

Fernández, ganador de un premio apócrifo a “poeta nacional” en 1923. O la antología de pastiches realizada por Felipe Benítez Reyes en *Vidas Improbables*, en la que el autor ironiza sobre las escuelas literarias españolas desde el modernismo y sobre las diferentes formas vanguardistas, hasta llegar al universo del rock y los bajos fondos (Benítez, 1995). O el movimiento impulsado por Paul Francis Jennings en 1948, que llamó “resistencialismo”, impulsado por textos inspirados en un supuesto filósofo francés, de nombre Pierre-Marie Ventre, quien partiendo de otros dos pensadores alemanes enmarcados en el idealismo de finales del siglo XIX -Martin Freidegg [huevo frito] y Martin Heidansiecke [escondite]-, abogaba por un activismo de resistencia frente a la guerra que “las cosas” (todas las cosas) le hacían al hombre”. La intención de Jennings no era otra que mofarse del naciente existencialismo europeo (Jennings, 1948).

El ámbito de la ciencia también ofrece notables ejemplos de pastiches paródicos que simulan el lenguaje tecnicista y objetivista de la tecnología con el objetivo de revelar lo mucho que hay de pseudo-ciencia detrás de muchos discursos y relatos. Proyectos como *The Institute for the Study of Perpetual Emotion*, *The Institute of Militrionics and Advanced Time Interventionality*, *The International Corporation of Lost Structures*, o *The Institute for Centrifugal Research* son claros ejemplos de intervenciones contemporáneas – habitualmente en formato online- que presentan la parodia en aras a exponer historias alternativas sobre lo legítimo en la ciencia. En este sentido, la obra de Joan Fontcuberta es paradigmática. A partir de los años 1990, el artista evoluciona en la dirección de parodiar el carácter objetivista de la imagen fotográfica y cuestionar el espacio de veridicción ofertado por la ciencia. En la serie fotográfica *Herbarium* (1984), 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 arroja.

En 1985, en colaboración con Pere Formiguera, comienza a desarrollar *Fauna* (CE 5), 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 los 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 beneficio 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 (Fontcuberta, 1997: 26). Al impostar ciertos relatos técnicos y categorías imaginables (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 (Marzo, 2014b: 24). Para ello, los artistas manejaron lo documental como andamiaje epistemológico, como forma de conocimiento de la condición post-fotográfica de la imagen.

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 azoró 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 [...] (Fontcuberta, 1990: 15).

En 1997, el artista emprendió uno de sus proyectos de veroficción más notables, titulado *Sputnik* (CE 31). Presentado como una exposición 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.

El contexto era el siguiente: 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, embarazosa 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.

Fontcuberta se reía así 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 (Fontcuberta, 1997).

La obra de artistas como Fontcuberta alumbra también la observación de los pastiches centrados en un tipo de disciplina a medio camino entre la literatura, la antropología, la historia y la geografía, que son los libros de viajes. Los casos de *The Republic of Talossa* y *Jetlag Travel Guides* muestran cómo el pastiche y la parodia se alían para mofarse de los estereotipos creados por las guías turísticas en su aparente ejercicio de objetividad informativa. *Jetlag Travel Guides*, por ejemplo, son una serie de guías de países que no existen (Molvania, Phaic Tan, San Sombrero) publicadas bajo el formato habitual de este tipo de publicaciones (secciones diversas, información de utilidad, mapas detallados, entradas de información específica, cartas de horarios, etc.), pero en las que nada es lo que parece, siendo, no obstante, todo lo descrito perfectamente plausible y consistente, aunque abiertamente risible.

El concepto de “pastiche” adoptará, sin embargo, nuevas interpretaciones de la mano de Fredric Jameson cuando éste se ocupe de su uso posmoderno a principios de los años 1980. Jameson consideró que el auge del pastiche se debía a la disolución de la “ideología del estilo” en el arte moderno: “La desaparición del sujeto individual, y su consecuencia formal de la creciente disipación del estilo personal, engendran la práctica casi universal de lo que se puede llamar ‘pastiche’” (Jameson, 1996: 37). Para el crítico marxista americano, ese proceso conduce hacia una revalorización de “las voces almacenadas en el museo imaginario de la cultura global” y hacia una “canibalización aleatoria de todos los estilos del pasado”. Pero, a diferencia de la interpretación del pastiche realizada por la crítica literaria en relación a su potencial paródico, Jameson diferencia claramente parodia y pastiche, ya que la primera muestra las brechas de la norma contra la que se enfrenta, mientras que la segunda, al fusionarlo todo, las anula, cercenando el humor y

transformándolo en una ‘parodia vacía o en ‘una estatua ciega’” (Jameson, 1996: 38, Ver también Hoesterey, 2001). Para Jameson, el pastiche posmoderno ya no ataca el modelo, sino que lo respeta e incluso homenajea.

### 3.3.3- POÉTICA, PARODIA Y ACCIÓN

Luis Buñuel dejó escrita en 1982 la siguiente anécdota de su época en la Residencia de Estudiantes a finales de la década de 1910:

Durante el verano, cuando los españoles se iban de vacaciones, llegaban a la Residencia grupos de profesores norteamericanos con sus esposas, algunas muy guapas, que iban a perfeccionar el español. Para ellos se organizaban conferencias y visitas. En el tablero de anuncios del vestíbulo podía leerse, por ejemplo: “Mañana, visita a Toledo con Américo Castro”. Un día, el anuncio rezaba: “Mañana, visita a El Prado con Luis Buñuel”. Me siguió un nutrido grupo de norteamericanos, que no sospechaban la superchería, lo cual me dio un primer atisbo de la inocencia norteamericana. Mientras los llevaba por las salas del Museo, les decía lo primero que me pasaba por la imaginación: que Goya era torero y mantuvo funestas relaciones con la duquesa de Alba, que el cuadro de Berruguete *Auto de Fe* es una obra maestra porque en él aparecen ciento cincuenta personajes. Y, como todo el mundo sabe, el valor de una obra pictórica depende del número de personajes. Los norteamericanos me escuchaban muy serios, y algunos hasta tomaban notas. Pero unos cuantos fueron a quejarse al director (Buñuel, 2008: 55).

Las vanguardias del siglo XX, en especial el dadaísmo y el surrealismo, actualizarán con gran potencia el papel de la broma y el chiste como procedimiento de “desvelamiento”. La anécdota relatada por Buñuel espeja multitud de actitudes de artistas modernos cuyo *modus operandi* era abiertamente iconoclasta con los principios de rectitud moral marcados en el Romanticismo, como los miembros de la Society of American Fakirs at the Art Students League of New York City, quienes entre 1891 y 1906 se dedicaron a

producir parodias de las obras de los artistas que se suponían sus héroes, como John Singer Sargent y Thomas Eakins (Landi, 2011: 93).

Servando Rocha ha recordado que los dadaístas defendieron 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” (Rocha, 2012: 350). Hans Richter, dadaísta de primera hora, contó a mediados de los años 1960 la historia completa del supuesto 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 (Richter, 1973).

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 (Richter, 1973: 21).

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 (Ramírez, 1993: 2-13 y 53-54).

Ciertamente, la impronta de las lecturas dadaístas y surrealistas sobre la necesidad de subvertir las fronteras entre seriedad y chiste, entre profesionalismo y cultura popular, entre alta y baja cultura, y entre reflexión y acción calarán de forma indeleble a lo largo del siglo XX entre aquellos artistas, activistas y colectivos que, renuentes a participar en los formatos ideologizados de la izquierda clásica, busquen nuevos vehículos e instrumentos con los que insertarse en los nuevos modos de producción simbólica que el capitalismo industrial fomenta. Aunque, como ya hemos visto, fue en los primeros grupos

de vanguardia en donde comenzaron a implementarse tácticas de infiltración mediática, es pertinente fijar la atención en las actividades llevadas a cabo desde 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 norteamericanas, 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.

La posibilidad política de la acción paródica cambió drásticamente en la segunda mitad del siglo XX, dada la dimensión expandida de la comunidad-audiencia. La ampliación de la onda expansiva del chiste en las prácticas *fake* del siglo pasado –ya no digamos del presente- es ciertamente una de las razones de su auge y exploración. La acción *fake* es un arma resolutiva, sibilina y colectiva. Las bromas en los talleres y las novatadas en cuarteles y aulas han formado parte del conjunto de prácticas sociales que *representan* los conflictos populares. Los *pranks* (bromas orquestadas) no han sido ajenos a los sabotajes realizados por trabajadores. Sabotaje procede del francés *sabot*, el tradicional zueco de madera que se hacía servir para detener la producción al insertarlo en las máquinas. Hay numerosas evidencias de que los obreros de los talleres del siglo XVIII y de las fábricas del XIX y XX utilizaban bromas pesadas para mofarse de los gerentes y propietarios (Green, 1993; Darnton, 2013). Hans Speier y Robert Jackall, en un trabajo sobre el tesoro de instrumentos políticos populares, analizan cómo el chiste y la broma perviven y prevalecen, recordando que “los bufones, tontos y payasos han usado el humor para cuestionar y ridiculizar a la autoridad; los activistas modernos siguen encontrando en el chiste [*joke*] una táctica útil y divertida” (Speier y Jackall, 98: 1353).

Los efectos de la combinación entre sabotaje e ironía pueden rastrearse fácilmente en diversos contextos políticos y creativos. Por ejemplo, el artista

uruguayo Luis Camnitzer da cuenta del tipo de acciones desarrolladas por el Movimiento Tupamaro en Uruguay durante los años 1960 y 1970, poniéndolas en relación al proceso paralelo de “desmaterialización” del arte que se producía entonces. El 8 de octubre de 1969, coincidiendo con el segundo aniversario de la muerte del Che Guevara, 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. 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. Camnitzer sostiene que, desde un punto de vista práctico, la operación fue un gran fracaso, ya que 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 narración de la secuencia de las preparaciones, la operación fue un logro memorable” (Camnitzer, 2009: 75-76).

#### 3.3.4- EUROPA. 1950-1960

Poco antes, la aparición del situacionismo en la Europa de finales de la década de 1950 supuso un revulsivo importante en ciertos ambientes minoritarios descontentos con el instrumental y la filosofía ofrecidos por el cuerpo intelectual del existencialismo. El filósofo francés Guy Debord, articulador de fondo del movimiento -que desarrollará una influyente teoría sobre la sociedad del espectáculo en el sentido de observar cómo el lenguaje político y social habían quedado fagocitados por la iconocracia impuesta por la mercancía (Debord,

2002)-, formuló en 1955, en una revista surrealista belga, la tesis de la “psicogeografía” para exponer la necesidad de explorar sin linealidad las relaciones específicas entre los afectos, los comportamientos y los espacios mediante tácticas deudoras de Dadá y del surrealismo: “La psicogeografía podría tomar para sí el estudio de las leyes precisas y los efectos específicos del entorno geográfico, esté conscientemente organizado o no, en las emociones y el comportamiento de los individuos. El adjetivo psicogeográfico, debido a su placentera vaguedad, puede aplicarse a los descubrimientos realizados por este tipo de investigaciones, a su influencia en los sentimientos humanos y, más generalmente incluso, a cualquier situación o conducta que parezca reflejar el mismo espíritu de descubrimiento” (Debord, 1955). Para Debord, la táctica esencial era el *detournement*, el desvío, tergiversación o interferencia del sentido de los enunciados e imágenes plagiados a fin de integrarlos en una construcción de relato diferente; esto es, un proceso masivo de alegorización de los signos existentes. En un texto publicado en 1956, titulado “Métodos de tergiversación”, Debord y Gil Wolman afirmaban: “Es por tanto necesario formar una representación paródica de lo serio donde la acumulación de elementos tergiversados, lejos de provocar y alentar la indignación o de hacer alusiones cómicas a las obras originales, expresará nuestra indiferencia hacia un original prohibido y sin sentido, y respecto a sí misma como reproductora de una cierta sublimidad” (Debord y Wolman, 1998: s/p).

El situacionismo emplazaba la parodia como una acción que se apropia de los lenguajes, medios y canales de la comunicación de masas, para tergiversarlos y redistribuirlos con sentidos diferentes capaces de modificar el simulacro del que nacen, con la aspiración última de abandonar el juguete y centrarse en el juego, producto de la construcción de situaciones. Roc Albalat ha señalado que uno de los factores distintivos de la práctica del *detournement* es que el uso táctico de los medios se da mediante campañas dirigidas a su propio espacio ideológico, dentro de sí mismo, ridiculizando así, con la manipulación del

mensaje, el registro de veracidad que se atribuyen a sí mismos los medios de comunicación (Albalat, 2015).

El movimiento situacionista, con sus múltiples variantes -Movimiento Letrista (1946), Colegio de Patafísicos (1948), Internacional Letrista (1952-1957), Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginativa (1954), Sociedad Psicogeográfica de Londres (1957), Provos holandeses-, acabó conformándose como la Internacional Situacionista en 1957, iniciando así la fase más importante del movimiento. Las prácticas *fluxus* enseguida se engarzaron con las líneas generales planteadas por el situacionismo, aunando prácticas de acción directa cercanas al sabotaje, y próximas a las ideas expresadas por el escritor japonés Yukio Mishima en 1970 que demandaba sumergirse en “los tenebrosos abismos de la acción ilegal” (Rocha, 2012: 291). Así, George Maciunas proclamaba en una carta de 1963: “El sistema de transporte debía ser interrumpido con averías preparadas en puntos estratégicos del sistema de carreteras de la ciudad, en las horas punta, por supuesto. El sistema de comunicaciones sería interrumpido mediante la diseminación de noticias falsas y -fíjate qué ingeniosos- con la saturación del sistema postal a base de miles de paquetes (conteniendo adoquines y objetos similares), dirigidos a periódicos, galerías de arte, artistas, etc. Los paquetes no llevarían sellos y los remitentes serían otras tantas galerías, salas de conciertos, museos, etc.” (Home, 2002: 116).

En Alemania y Holanda, surgieron iniciativas conectadas al movimiento. En Berlín, surgió el colectivo Kommune en 1967, introduciendo acciones *freak* y happenings políticos en el conservador ambiente alemán. Una de las más famosas intervenciones del colectivo tuvo lugar después de un incendio en unos grandes almacenes en Bruselas. Se distribuyó masivamente una octavilla titulada “¿Cuándo arderán los grandes almacenes de Berlín?”, que produjo un notable escándalo entre los medios de comunicación belgas. En Holanda, los activistas llamados *provos* (Roal Van Duyn, Rob Stoik, Robert Jasper Grootveld, Simon Vinkenoog, Bart Huges, Constant), de corte anarco-

comunista, llevaron a cabo acciones similares de cortocircuito de la tranquilidad del espacio burgués y de investigación de fenómenos en flujo. Declaraba el artista Raoul Vainegem respecto al ser situacionista: “Ni criminal ni humanista” (Rocha, 2012: 258).

En Inglaterra, en 1966, se llevó a cabo The Destruction in Art Symposium (DIAS), en el que, bajo la coordinación de Gustav Metzger, se reunieron artistas, poetas y científicos para analizar la cuestión de la destrucción en el arte, en relación a nuevas formas creativas como el accionismo o el *happening*. Los proyectos de identidad colectiva y anónima, como el de Monty Cantsin norteamericano, proliferaron. En 1968, miembros del grupo danés *Solvognen* se disfrazaron de Santa Claus y repartieron entre los niños que salían de los grandes almacenes Selfbridges un horrible y desagradable panfleto que advertía que ya los ingleses jamás tendrían unas navidades felices. A mediados de los años 1970, el grupo británico Blitzinformation (formado por Stefan Kukowski y Adam Czarnowski) hizo circular una octavilla sobre la manera de hacerse socio de la Klaos Oldenburg, un club de cortocircuito urbano. Las conexiones con las nacientes tendencias punk enseguida se hicieron evidentes (Marcus, 2010; Plant, 1992). Declaró Malcolm McLaren, de los Sex Pistols: “Sé infantil, sé irresponsable, sé irrespetuoso, sé todo aquello que la sociedad odia” (Rocha, 2012: 350).

### 3.3.5- ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ. 1960-2000

En Estados Unidos y Canadá, surgirá entre ciertos círculos contraculturales neo-anarquistas de los años 1980 el término *Cultural Jamming* (atasco, interferencia, cortocircuito) para definir a aquellas prácticas activistas dedicadas a la interrupción, infiltración, sabotaje o manipulación de señales de radio o de televisión, de anuncios publicitarios en el espacio público o en los medios de comunicación, y que usan la “alteración” de determinados entornos (económicos, políticos, mediáticos) mediante técnicas de *fake*. La expresión aparecerá por primera vez en el álbum-cassette *Over the Edge Vol. 1: Jam*

*Com '84*, grabado por la banda musical Negativland. Don Joyce, uno de sus integrantes, manifestó que la idea partió del interés por irrumpir en los programas de tertulias radiofónicas del conservadurismo más radical por medio de infiltraciones y de insultos groseros, “interrumpiendo el flujo normal de las cosas” (Mesquita, 2006: 313). En 1993, Mark Dery amplió el significado del término, incluyendo las actividades –que denominó neo-situacionistas- de grupos como Ant Farm –dedicados a performances televisivas-, las Guerrilla Girls -cuyas acciones se centran en denunciar la misoginia del mundo del arte mediante acciones teatralizadas en las que las participantes llevan una máscara de gorila-, Artflux –que, por ejemplo, ejecutó en efígie al senador ultraconservador Jesse Helms- o los proyectos de Joey Skaggs (CE 14) (Dery, 1993). Dery consideraba aquel tipo de prácticas como “terrorismo artístico dirigido hacia la sociedad de la información”, y las situaba –igual que otros autores (Vanderford, 2000; Boyd, 2005; Mesquita, 2006; Duncombe, 2007; Camnitzer, 2009; Fraj, 2015) - en una genealogía que partía del arte conceptual de finales de los años 1960, con la diferencia de que el *Jamming* se ofrecía abiertamente como una práctica de guerrilla, y añadía: “Los artistas piratas son el futuro” (Dery, 1990). Kalle Lasn, fundador de Adbusters, un grupo surgido en Vancouver dedicado a parodiar y “perfeccionar” la publicidad –similar a Billboard Liberation Front-, definió la *Culture Jam* como la “estrategia del activismo actual”, de la misma forma que el feminismo fue el movimiento de los 70 y el ecologismo lo fue de los 80, trazando en paralelo determinadas analogías con los situacionistas franceses mediante el uso del *détournement* (desvío o alteración paródica de las imágenes y mensajes existentes en el cine, en el arte y en la publicidad, dotándolas de un sentido político diferente). Lasn manifestaba la deuda que el concepto tenía con las posiciones del filósofo Felix Guattari sobre el papel de la subjetividad en el campo social y la creación de un “arte de la ciudadanía”, y se refería a la “ecología mental” como el proceso que debía aportar el antídoto para la uniformización social establecida por los *mass media* (Lasn, 2000).

Desde entonces, el término ha tenido gran fortuna entre numerosos grupos y analistas de las nuevas formas de protesta y activismo. Naomi Klein, en su libro *No Logo* (1999), considerado por muchos en su día como el manifiesto del movimiento anti-globalización, describió el *Cultural Jamming* como “la práctica de parodiar los anuncios y de asaltar las vallas callejeras para alterar por completo sus mensajes”, pero emplazaba esas prácticas en un esquema más amplio de actuación de hibridación estética y política (Klein, 2001: 312).

Efectivamente, las prácticas interruptoras surgidas entonces en Estados Unidos pueden interpretarse a partir del seguimiento de una genealogía del activismo que hunde sus raíces en los movimientos contraculturales de los años 1960, que emprendieron nuevas técnicas de manifestación y protesta en el caldo de cultivo producido durante las luchas por los derechos civiles y en contra de la Guerra del Vietnam (1965-1975). De forma coetánea a la aparición de movimientos radicales que defendían el uso de la violencia (como Las panteras negras o The Weatherman), en 1967, se fundaron nuevos colectivos que tenían como objetivo la subversión de los relatos: The Rainedance Foundation, Diggers o The Youth International Party. Este último (Partido Internacional de la Juventud) -los *yippies*-, fue un grupo que articuló su antimilitarismo y antiautoritarismo mediante acciones urbanas de carácter teatral y escenográfico, y que, a diferencia de las técnicas de protesta desarrolladas por el movimiento *hippie*, tendentes al retiro y al aislamiento rural- abogaban por una implicación más directa en sus enunciados. Sus tácticas paródicas, que hacían uso constante del *prank*, de la burla y de la mascarada, chocaron con las tradicionales formas de expresión de la izquierda clásica, acostumbrada a formatos férreos como la manifestación y el mitin. Abbie Hoffman, uno de sus representantes más notorios, contribuyó a hacer del *prank* paródico un método directo de acción: desde convocar un encuentro de personas para hacer levitar al edificio del Pentágono, hacer correr noticias falsas sobre el fin de la guerra en el Vietnam, o a arrojar billetes de dólar en el parqué de la Bolsa de Nueva York, causando una enorme confusión, mientras los agentes de bolsa corrían

por todas partes para hacerse con el dinero y la dirección cerraba momentáneamente el mercado (Vanderford, 2000: 140).

Otro de los grupos surgidos entonces con similares principios y procederes fue The Motherfuckers a raíz de la publicación de una pequeña revista en Nueva York llamada *Black Mask*, de inspiración dadaísta. Sus principales acciones estuvieron dedicadas a atacar inauguraciones de galerías de arte y de museos, conferencias culturales y conciertos de rock. Un ejemplo del uso del *fake* en sus actividades, se aprecia cuando, a fin de “reventar” una exposición en una conocida galería, repartieron octavillas entre los vagabundos de la zona, animándoles a acudir a la inauguración; las octavillas prometían comida y bebida gratis durante el evento. Al presentarse un gran número de indigentes en la galería, y armarse un gran alboroto, la policía tuvo que intervenir (*Motherfuckers!*, 2009; Granés, 2012; Home, 2002).

En el último tercio de los años 1970, las nuevas sensibilidades *punk*, de manifiesto acento ácrata, permearon entre los círculos de músicos, escritores, artistas y en diversas escenas contraculturales, y dieron nuevos matices a los comportamientos que acabamos de trazar. Audrey Vanderford, al dar cuenta del auge en el uso de bromas elaboradas, campañas engañosas, y acciones de boicot cotidiano entre los grupos anarquistas, punks y contraculturales de Estados Unidos de aquel periodo, describe el papel de revistas como *RE/Search*, editada en San Francisco desde 1980, y uno de los altavoces más notorios del uso del *prank* y el *fake* como armas de acción política (Vanderford, 2000). V. Vale, fundador de la revista, consideraba que los *pranks* (bromas elaboradas) “son el enemigo mortal de la realidad. Y la realidad, su descripción y limitación, ha sido siempre el truco supremo para que una sociedad controle la lujuria latente de libertad entre sus ciudadanos” (Vale y Juno, 1987: 4). Saul Alinsky, en su conocido libro *Rules for Radicals*, una suerte de guía de los años 1970 que abrió las puertas para muchos formatos del activismo contemporáneo, sostenía también que “el ridículo es el arma más poderosa del hombre” (Alinsky, 1971: ix).

En 1978, surge el colectivo anónimo de identidad múltiple Monty Cantsin, acuñado por el *prankster* y artista de arte postal David Zack, y concebido como una “estrella abierta del pop”, que abrió las puertas para nuevas definiciones de una cultura de acceso libre. Los miembros de este grupo “nebuloso” estaban relacionados con el Neoísmo, una red subcultural de artistas vinculados a la experimentación accionista y mediática, cuyos primeros brotes vieron la luz en Canadá de la mano del artista Istvan Kantor (alias Monty Cantsin) a finales de la década, y que hicieron un uso generalizado del anonimato, los *fakes* y las infiltraciones en diversos contextos (Cantsin, 2010). Parecidos colectivos y *artistas*, con similares objetivos e instrumentos, fueron surgiendo por la geografía norteamericana, como Jerry Dreva, Les Petites Bonbons, la revista *Smile*, etc, pero también comenzaron a aparecer numerosas conexiones con grupos europeos, ingleses, franceses, alemanes o italianos. Así, en 1984, se organizó en Londres el primer Festival Internacional Neoísta de Apartamento (APT en sus siglas inglesas), en el que tENTATIVELY, un artista asociado, realizó su “pieza” *Lazarillo Neoísta*, durante la cual iba a cuatro patas y viajaba gratis en los autobuses al ir atado y guiando a una mujer ciega (Home, 2002: 183). El artista Ronald Jones describió de la siguiente manera el espíritu que movió aquellos colectivos: “[Dentro] de nuestro ambiente cultural y político actual, no es realista esperar una reforma revolucionaria o repentina. En la actualidad, cuando el arte amenaza con inspirar un realineamiento fundamental de la cultura, se le niega visibilidad con cualquier excusa [...] En mi opinión 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” (Camnitzer, 2009: 272).

Las movilizaciones internacionales contra la globalización capitalista que se produjeron durante los años 90, con el colofón de las manifestaciones de Seattle (1999) y la Contracumbre de Génova (2001), visibilizaron ampliamente

todo un conjunto de nuevas prácticas paródicas consistentes en intervenciones urbanas, sabotaje del discurso corporativo de los medios, producción de conocimiento autónomo y creación de “Zonas Autónomas Temporales” (TAZ) como instrumentos de transformación de los espacios dentro y fuera de las instituciones. Las TAZ fueron impulsadas por Peter Lamborn Wilson (alias Hakim Bey), un esotérico personaje que planteó la potencialidad de nuevas formas de comunidad autogestionadas como elementos de interrupción social y mediática, pero también como talleres de artesanía política. Bey abogaba por un “terrorismo poético” y por un “arte del sabotaje” (Bey, 1991). Paralelamente, surge el *hacktivismo* como un fenómeno social y cultural específico que emergió en el cambio de siglo basado en la acción política popular llevada a cabo en el ciberespacio. El *hackeo* es una forma de resistencia, descentralizada y en red contra las centralizadas fuentes de poder modernas que defiende tácticas de desobediencia civil electrónica (Boyd, 2005: 51; Albalat, 2015).

La década de 1990 y la posterior fue un periodo en que muchas de estas tácticas alcanzaron un grado notable de madurez. La “guerrilla de medios o de la comunicación” cobrará forma en multitud de diferentes formatos: Gorilla Tapes, Critical Art Ensemble, New Kids on the Block Block, The Yes Men (CE 21), Billionaires for Bush, Joey Skaggs (CE 14), Robert Erickson, Act Up, Reverend Billy, The Space Hijackers, Institute for Applied Autonomy, The Laboratory of Insurrectionary Imagination, The Biotic Baking Brigade o Patisserie Brigade Internationale (Noël Godin, en Francia), emprenderán proyectos y acciones en las que mediante infiltraciones, informaciones falsas, *fakes*, *memes*, tartazos, bloqueo de servidores, flashmobs o campañas de ridiculización de magnates financieros, llevarán el discurso de la parodia al centro de la actividad informativa, con el objetivo explícito de “crear una ilusión momentánea que expone las injusticias a través de la exageración satírica, o que demuestra que otra realidad es posible” (Boyd, 2005: 54).

Acaso las acciones del grupo The Yes Men (formado originalmente por Jacques Servin -alias Andy Bichlbaum- e Igor Vamos -alias Mike Bonnano-) se hayan convertido en el epítome de este tipo de activismo paródico (CE 21). Mediante lo que denominan “corrección de la identidad” (Boyd, 2012: 60), el colectivo se infiltra en contextos varios, especialmente políticos y de corporaciones, haciéndose pasar por portavoces de los mismos y aireando públicamente procedimientos internos que el cuerpo parasitado nunca revelaría. De esa forma, se “corrige” la percepción social voluntariamente creada por las empresas intervenidas.

Una de sus acciones más notorias consistió en que 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 atronador. En primer lugar, 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. En

segundo término, porque la presión que produjo las declaraciones del supuesto portavoz de Dow Chemical (Mike 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 Mike 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 la 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. En esta misma 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 EE.UU. (Hynes, Sharpe, Fagan, 2007).

### 3.3.6- AMÉRICA LATINA. 1960-1990

A mediados de la década de 1960, cada vez más artistas en Latinoamérica comenzaron a explorar la desmaterialización de la práctica estética como forma de contestación a la neobjetualización 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 (Ver Longoni, 2011).

En 1966, los artistas argentinos Eduardo Costa, Raúl Escari y Roberto Jacoby (CE 4) 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” (Masotta, 1967: 121-122).

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 (Ver Masotta, 2004; Longoni, 2011).

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” (Verón, 2000: 48).

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: “Produjeron 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” (Rosenberg, 1973: 157).

Este tipo de debate enseguida recalará en otros ámbitos latinoamericanos. En 1970, el artista brasileño Cildo Meireles (CE 39) 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” (Enguita y Todolí, 1995: 98).

Meireles usaba el icono 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 (Camnitzer, 2009: 131).

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 Work of Art?” (¿Cuál es el lugar de la obra de arte?). Para Meireles, “las *Inserciones* sólo existirían en la medida en que fueran más la obra 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" (Enguita y Todolí, 1995: 100). 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" (Camnitzer, 2009: 237).

En Chile, y en especial, bajo la dictadura militar impuesta por sobre el país desde 1973, surgirá a mediados de la década lo que vendrá en llamarse la "Escena de Avanzada", muchos de cuyos representantes adoptarán técnicas y tácticas propias del arte sociológico como forma de contestación y resistencia. Por ejemplo, las acciones del grupo CADA (Colectivo de Acciones de Arte), formado por Lotty Rosenfeld, Juan Castillo, Fernando Balcells, Raúl Zurita y Diamela Eltit, consistieron en "intervenciones en la vida diaria" tendentes a interrumpir y alterar las rutinas sociales normalizadas. Una de las más notorias tuvo lugar el 12 de julio de 1981 –llamada *¡Ay Sudamérica!*–, cuando seis pequeñas avionetas, volando en perfecta formación sobre Santiago, arrojaron 400.000 octavillas que proponían una discusión acerca de las relaciones entre el arte y la vida. CADA reconstruía así el trauma político del golpe de estado militar, iniciado con el bombardeo de la Casa de la Moneda en donde se encontraba refugiado el Presidente Salvador Allende (Neustadt, 2001).

En Venezuela, el grupo El Techo de la Ballena, activo entre 1961 y 1969, utilizó el lenguaje del arte informalista para parodiarlo, sirviéndose de él para

infiltrarse en los sistemas establecidos del arte. En la acción-exposición *Homenaje a la necrofilia* (1962), el artista Carlos Contramaestre presentó una serie de collages elaborados con vísceras, carne y restos de res que fue todo un escándalo (Gaztambide, 2015).

En México, a principios de los años 1980, surgirán a su vez nuevas prácticas y grupos que cuestionarán tanto la situación política interna, las relaciones de dependencia y subsidiaridad con los modelos culturales hegemónicos de Occidente y la marcada división burguesa de la producción cultural. Ya en los años 1960, grupos como La Menesunda realizaron una serie de *happenings* en los que ponían en tela de juicio las expectativas de lo que se entiende como artístico. Por ejemplo, en 1965, los artistas Marta Minujin, Rubén Santantonín, Pablo Suárez, David Lamelas, Rodolfo Prayón, Floreal Amor y Leopoldo Maler desarrollaron una acción denominada *¡Revuélquese y viva!* en el que una sala de arte se convertía directamente en un manicomio (ICAA, 2015)<sup>10</sup>. En la década de 1980, surgirán experiencias como las desarrolladas por el colectivo No Grupo (1977-1983), formado por Melquíades Herrera, Alfredo Núñez, Rubén Valencia y Maris Bustamante, que hicieron suyas y ampliaron muchas de las técnicas sociologistas de infiltración en los medios (Henaro, 2011). Maris Bustamante, junto a Mónica Mayer, crearán poco después el grupo Polvo de gallina negra (1983-1993), pionero en México en la realización de acciones cómicas sobre temas de feminismo dirigidas a los medios de comunicación. En 1987, llevaron a cabo una performance en el programa global de Televisa “Nuestro mundo”, dirigido y conducido por el conocido periodista Guillermo Ochoa. El programa tenía formato mixto, entre noticias y barra de mujeres, de manera que lo veían hombres y mujeres a nivel nacional. Como parte del Proyecto *Madres!*, decidieron invitar a Ochoa como el primer hombre-madre en lo que llamaron “Madre por un día”. El programa fue visto por unos 200 millones de tele-espectadores y se armó un gran revuelo (Antivilo, 2015).

---

<sup>10</sup> Ficha n° 75982 (2015) del registro de entradas del International Center for the Arts of the Americas (ICAA), en The Museum of Fine Arts, Houston.

La parodia sobre los modos de percibir lo etnográfico desde la perspectiva de Occidente encontró inmejorable acomodo en las acciones desarrolladas desde los años 1980 por los artistas mexicanos Guillermo Gómez-Peña y Coco Fusco. Una de las más notables fue la acción *Pareja en la jaula* realizada en Madrid (y en otras ciudades, como Nueva York) en 1992 durante los festejos por el Quinto Centenario del Descubrimiento de América. La performance consistió en la presencia de ambos artistas vestidos de “indígenas guatinauis” dentro de una jaula cerrada como si se tratara de unos animales en el zoo. Los “indígenas” llevaban a cabo tareas “propias” de sus culturas y de vez en cuando se sentaban para ver la televisión. Si los visitantes depositaban una moneda en una caja dispuesta a tal efecto, los performers se ponían a bailar bailes tradicionales. Junto a la jaula, había dos guardas que ofrecían explicaciones sobre los “especímenes” expuestos. El efecto más sorprendente de todo ello fue que un gran número de visitantes creyeron estar ante una exposición auténtica de nativos, regalándoles bananas y cacahuetes y haciéndolos fotos (Boyd, 2012: 312-313).

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 (CE 38) 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.

### 3.3.7- ITALIA. 1970-2000

En la Italia de finales de los años 1970, se produce una eclosión de prácticas sociales, políticas y culturales, que aunque vinculadas parcialmente a actividades europeas o norteamericanas similares, tendrá una personalidad y proceder propios. En opinión del filósofo y activista Franco Berardi “Bifo”, el año 1977 alumbró una secuencia de hechos y sensibilidades que marcarán una forma de hacer contracultural que tendrá gran repercusión en el resto del

continente (Berardi, 2007). En 1977, estalló y se desplegó un movimiento de estudiantes y de jóvenes proletarios que se expresó de forma muy intensa en las ciudades de Bolonia y Roma, en paralelo a una violencia terrorista de extrema izquierda y de extrema derecha alentada, cuando no tramada, desde las más altas instancias del estado. La respuesta de aquellos grupos contraculturales a aquella situación fue el fomento de una nueva creatividad mediante la autoorganización y la guerrilla de la comunicación, con el objetivo de abolir la separación entre arte y vida cotidiana. En opinión de Berardi, el llamado “movimiento del 77” suponía una “superposición de dos concepciones del proceso de modernización y de autonomización social. Por un lado existía el movimiento creativo que ponía en el centro de la acción política los medios, la información, el imaginario, la cultura, la comunicación, porque pensaba que el poder se jugaba en esos lugares y no en la esfera de la gran política de estado o la gran política revolucionaria. Por el otro estaba la autonomía organizada, convencida de que el estado tenía el papel decisivo y que debía oponérsele una subjetividad estructurada de forma política clásica” (Berardi, 2007: 43). En este sentido, 1977 puede ser descrito como el punto de separación entre la época industrial y de las grandes formaciones políticas, ideológicas y estatales, por un lado, y, por otro, la siguiente, la época proliferante de las tecnologías digitales, la difusión molecular de los dispositivos transversales de poder, delineadas ya por la filosofía postestructuralista. Bani Brusadin ha subrayado que aquel proceso no puede desgajarse de un paulatinorechazo a las formas centralizadas de la producción, tanto laborales, simbólicas o familiares, que, a la postre, dio pie al surgimiento de “franjas creativas” con planteamientos enteramente nuevos (Brusadin, 2016: 61-69).

Uno de las actividades que sirvió de tractor en estos nuevos modos de producción de afectos fue la aparición de las radios libres, consecuencia del establecimiento por el Tribunal Constitucional italiano en 1974 de la inconstitucionalidad del monopolio estatal del espacio radioeléctrico. Surge así la emisora Radio Alice en paralelo a la creación de la revista *A/Traverso*, que marcarán la pauta del momento. Ambos medios cuestionaron los esquemas

comunicativos clásicos del sindicalismo tradicional y pasaron a experimentar con lenguajes alborotadores deudores del surrealismo y el dadaísmo mediante el uso del *fake* y la parodia y de medios como la fotocopidora, el *offset*, la transmisión radiofónica de bajo coste, y el vídeo. Varios autores han llamado la atención sobre la influencia del pensamiento de filósofos como Deleuze, Guattari, Foucault o Barthes en estos procesos de autoempoderamiento y subversión lingüística (Berardi, 2007; Blisset, 2000; Brusadin, 2015; Berardi y Guarneri, 2002; Home, 1997), pero también sobre el impacto de la escuela DAMS de Bolonia, en la que impartían clases profesores como Giuliano Scabia, Umberto Eco o Paolo Fabbri, quienes habían plantado desde los años 1960 las semillas de una nueva teoría de la semiótica activa como “guerrilla de la comunicación”.

Las acciones de este tipo de grupos se sucedieron rápidamente. En 1977, el colectivo formado por la revista *A/Traverso*, Radio Afice, e Il Male, desarrollaron una serie de experiencias tituladas "Segni falsi, informazioni false che producano eventi veri" (Signos falsos, informaciones falsas que produzcan eventos verdaderos), 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” (a.f.r.i.k.a., Blissett y Brüzels, 2000: 121).

Las huellas que dejaron este tipo de actividades de infiltración y desorientación fueron profundas y permearon en nuevas formas de hacer entre los grupos surgidos en años posteriores, que además, estaban ya

conectados directamente a las experiencias producidas entorno a la psicogeografía (Londres, Berlín, Nueva York). De entre todos aquellos cabe subrayar al del colectivo anónimo Luther Blissett (CE 20), que no solo operará en Italia sino que recibirá múltiples complicidades internacionales, también en España.

“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 huidos 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” (Blissett, 1995, s/p). El programa se completa con padres que lloran, esposos encolerizados, psiquiatras, familiares y amigos de los que han huido. En junio de 1995, 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, surgido –como hemos visto- a finales de los años 1970 en Canadá y Estados Unidos y 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 psicogeográficos, 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 efectivas 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! (Blissett, 1995, s/p).

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 (Blissett, 2000; Muchetti, 2005; Deseriis, 2011). 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 reclamando la responsabilidad y describiendo los fallos del sistema que habían explotado para plantar las falsas historias.

Otra de los proyectos mediáticos del grupo, que desencadenó todo un fenómeno de desvelamientos mediáticos, tuvo lugar entre 1995 y 1997, cuando 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 vídeo 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 evidencias. 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.

En 1996, el colectivo realizó otra de sus acciones más notorias, consistente en enviar al crítico literario y poeta Giuseppe Genna el manuscrito de un libro titulado *net.generation*, firmado por Luther Blissett, cuyo contenido no era otra cosa que un pastiche de propaganda de internet y textos postmodernos banalizados y pasados de moda. Genna pasó a su vez el texto a la editorial Mondadori –perteneciente al magnate y posterior Primer Ministro, Silvio Berlusconi-, en donde añadieron frases antisemitas y referencias al "pensador" fascista Julius Evola. Los gerentes de la editorial se frotaron las manos, al creer tener en sus manos el último grito del famoso "terrorista cultural múltiple", así que registraron los derechos y lo enviaron a imprenta. Una semana antes de su publicación, el colectivo lanzó una nota de prensa titulada "Fatwah!" en la que atacaba Genna por haber tratado de "recuperar" y de apropiarse del nombre múltiple. También invitaba a los lectores a boicotear la "cagada de Genna" y trataba de convencer a los críticos para que destruyesen el libro y toda la operación corporativa (Blissett, 2000).

Formados en el colectivo Luther Blissett, surgirán los artistas Eva y Franco Mattes (CE 34), que se darán a conocer mediante una acción mediática, a finales de marzo de 1999, consistente en la difusión de 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 la 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 Anaphoragenetica", 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 los Mattes, que forman el colectivo 0100101110101101.org. 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 contruidos 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 sí mismo cuando habla en propia persona. Dale una máscara y te dirá la verdad” (Quaranta, 2009: 55).

El desarrollo en Italia de actividades mediante tácticas de marketing de guerrilla y de invisibilidad comunicacional nacerá también en los años 1980 para extenderse en las décadas posteriores. Lieutenant Murnau era el nombre de un grupo musical “fantasma” creado por el artista neoísta Vittore Baroni. Surgido en 1980 y disuelto en 1984 el grupo se servía de una foto del director de cine expresionista alemán Friedrich Murnau para elaborar todas sus campañas informativas (posters, octavillas, revistas, pegatinas). La supuesta banda musical editó varios discos y cassettes en los que Baroni interpretaba una sola nota o mezclaba canciones ya existentes. De forma similar, Les Liens Invisibles son un dúo de artistas italianos (Clemente Pestelli and Gionatan Quintini) que recombina técnicas de ingeniería inversa y subversión publicitaria paródica para infiltrarse en las redes globales de comunicación y expandir los límites entre el arte y la vida cotidiana.

En esa misma dirección, cabe señalar las interevenciones de Andrea Natella (CE 37), 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 le 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 le 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, Sao 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 (Natella, 2010 y 2012).

### 3.3.8- REPÚBLICA CHECA. 1990-2000

Alejandro Herrero-Olaizola, al explorar las ficciones posmodernas, ha indicado que el nacimiento de la parodia artística suele cobrar relevancia en momentos históricos que se rigen por un claro intento por subvertir una autoridad dominante. Como ejemplos, destaca la Revolución cubana (1959), los movimientos estudiantiles en el continente americano (1960-1970), la Guerra del Vietnam (1965-1975), las dictaduras en América Latina, la presidencia de Salvador Allende (1970-1973) o el golpe de Estado en Chile (1973). A su juicio, ello se debe a la necesidad de abrir senderos que hagan posible la involucración de una amplia esfera social en el debate que la autoridad desea mantener en un perfil bajo cuando no inexistente. La parodia, como “ejercicio discursivo perturbador” obliga al oyente, al lector o al espectador a convertirse en “analista, comentarista y crítico” (Herrero-Olaizola, 2000: 12).

Es plausible que esta interpretación contribuya a explicar también el auge de las técnicas de burla y de veroficción en determinados contextos y momentos sociales e históricos en que los debates políticos vienen sujetos a determinadas hipotecas, ya no porque se produzcan en dictaduras, sino porque éstas, al finalizar, han desplazado el sentido político de ciertas nociones y cuestiones. Los silencios y consensos producidos en la *doxa* posterior a ciertas transiciones políticas, como la española, por ejemplo, propician entre las capas críticas con ellos la emergencia de tácticas de desvelamiento y convulsión que permitan afrontarlos de forma abrupta, y si se nos permite, escatológica, en la medida en que solo la bofetada puede disipar el marasmo. Una buena muestra de ello es el documental ficticio dirigido por el periodista Jordi Évole sobre el intento de golpe de estado militar del 23 de febrero de 1981, titulado *Operación Palace* (2014) –y del que nos ocupamos en la sección sobre documentales falsos-, y que fue capaz de remover determinados aspectos enquistados de un acontecimiento histórico cuyos entresijos han sido sustraídos al debate social.

Acaso otro ejemplo que ilustra esa relación causa-efecto entre la parodia y una determinada condición política es lo ocurrido en la República Checa tras el derrumbe del sistema comunista a principios de los años 1990. El gran número de prácticas de infiltración y veroficción producidas en los círculos artísticos y activistas del país revela una tendencia a volver a poner sobre la mesa del debate público ciertas cuestiones que quedaron fuera de las reglas del juego establecidas con la llegada de la democracia.

En 2007, los espectadores de la cadena de televisión checa CT2 que contemplaban el habitual parte meteorológico del día 17 de junio, 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 (CE 17), 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” (The Influencers, 2009).

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.

Otro notable proyecto es *Český sen* (El sueño checo, 2004) (CE 23), un documental realizado por Vít Klusák y Filip Remunda 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, los autores -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 persuaden a sus directivos 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 (Pusca, 2008).

En esta dirección, cabe entender también los trabajos 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 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. Igualmente, se hace necesario exponer el caso del documental esloveno *My name is Janez Janša* (2014), realizado por tres artistas que se cambiaron oficialmente el nombre por el del Primer Ministro del país, Janez Janša. En una acción de manifiesto corte Luther Blissett, el proyecto abordaba el asunto de la autoría y la propiedad en clave paródica que invitaba a una completa confusión pública (Dolar, 2014).

### 3.3.9- ESPAÑA. 1980-2000<sup>11</sup>

En España, en la segunda mitad de los años ochenta, surgieron una serie de proyectos cuya intención era múltiple: crear cortocircuitos en las reglas de mediación de la creación artística; desbordar la previsibilidad en la codificación de los espacios destinados al arte; subvertir las expectativas de la función de la práctica artística; y cuestionar los tejidos políticos, económicos y sociales

---

<sup>11</sup> Esta sección fue elaborada para el libro MARZO, J. L.; MAYAYO, Patricia (2015). *Arte en España, 1939-2015. Ideas, prácticas, políticas*. Madrid: Cátedra; concretamente para los capítulos 6 -“Quimeras y resistencias II (1982-1992)”, pp. 558-573- y 7 -“Entre la euforia y la crisis (1992-2015), pp. 690-708-. Fue redactado durante el periodo académico del doctorado que culmina con la presente Tesis Doctoral.

subyacentes al modelado de la visión desconflictuada del arte promovida por los gobiernos socialistas. Aquellas prácticas, tradicionalmente arrinconadas por la historia del arte, o catalogadas por ésta como meras bromas pasajeras poco profesionales o incluso como paraterrorismo incívico, representaron, sin embargo, los antecedentes de una tendencia notablemente en auge desde los inicios de la década del 2000, ya no solamente en los ámbitos artísticos sino en espectros más amplios de sectores del activismo social y político.

Esteban Pujals ha indicado que “la aparición de grupos de activismo artístico a comienzos de los ochenta que reactivan la herencia crítica del decenio anterior en relación con el arte del talento marcó el fin del monopolio pleno del discurso crítico por parte de los centros de influencia cultural de la izquierda política”. En este sentido, Pujals ha hecho notar cómo aquellos grupos se movieron bajo una dinámica de “contagio” no siempre explicitada, en buena medida resultado de una reflexión sobre las influencias situacionistas de los setenta que se percibieron especialmente operativas en un momento en que las relaciones entre la oficialidad política y la oficialidad artística presidían la década, revitalizando el conjunto de valores conservadores que emplazaba al arte como simple coto de la endogamia de la excelencia, impidiendo así un desarrollo de la creación como modelo de crítica social y política (Pujals, 2004: 152-153).

En los años setenta, este tipo de accionismo 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 setenta ya 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 el 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.

Dos buenos ejemplos de ello son *El suelo de la fama* de Carlos Pazos (1978) (CE 2) y el grupo de conceptuales *Passion D. I.* (1977-1979) (CE 35). 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?” (Ramírez, 1994: 14).

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 estatus 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 (Albarrán, 2012; VV.AA, 2006). 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.

Por su parte, a mediados de la década de 1970, 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 y de la parodia. Configurado como Club Deportivo con el nombre de Passion D. I. (Deportes e Ideas, Conceptuales en la Palestra) (CE 35), 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, encaminadas 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 centrípeta para salir despedido”); la Competición (“no interesa ganar al contrario, interesa más contagiarle de ciertas actitudes, hacerle partícipe de las jugadas, formal y geoméricamente, 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: fintar o hacer un drible a un jugador del equipo contrario, 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 acostumbrados 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 también. 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 Dadá”: 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, 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 (Parreño, 1996: 26).

Decíamos que algunas de estas dinámicas de “sabotaje” comunicacional, en especial en los dominios del espectáculo visual, cobraron renovada vida en los años ochenta. El mundo del arte y de su institucionalidad, las nociones de espacio público ofrecidas en democracia como bálsamo social o la legitimación del nuevo universo de la comunicación política y comercial sirvieron de acicate para que algunos artistas y colectivos desplegaran toda una serie de intervenciones a fin de ofrecer resistencias, algunas de ellas aparentemente lúdicas pero no por ello menos políticas que algunas de las producidas bajo la dictadura. Así, algunos de los poetas visuales y practicantes de técnicas situacionistas incorporaron pronto en sus quehaceres formatos de infiltración pública.

José Antonio Sarmiento, historiador y crítico de poesía visual y de arte sonoro, al llegar a Madrid en 1984 después de una larga estancia en París, realizó una serie de proyectos críticos con las instituciones artísticas mediante poemas-objeto, arte postal y acciones, como la colocación de bandas adhesivas con el texto “Esto no es una galería de arte” en fachadas, puertas y ventanas de las galerías de arte madrileñas (1989). Grupos como A Ua Crag (Burgos) también desarrollaron proyectos similares. Rafael Lamata realizó acciones parateatrales e intervenciones en espacios no artísticos en donde buscaba provocar reacciones en un público desprevenido. Alejandro Martínez Parra, por su parte, llevó a cabo acciones como *¡Compro su nombre!*, realizada en un centro comercial, en el que se invitaba al transeúnte a grabar y vender su propio nombre y apellidos, tras lo que se le entregaba el certificado de la venta junto a una pequeña cantidad de dinero previamente acordada.

Uno de los colectivos más destacados en estos quehaceres accionistas fue Agustín Parejo School (1982-1994) (CE 33), colectivo que se conformó a finales de los años setenta en Málaga, formado por estudiantes de magisterio, filosofía y letras, que compartían piso en la calle Agustín Parejo. Hay que hacer notar que la composición del colectivo ha venido acompañada de una cierta polémica historiográfica, por la renuencia del grupo a hacer públicos los nombres de sus componentes. En palabras de Juan Antonio Ramírez, “lo más importante es que se consolidaron entonces ideas como la de que la creación no pertenece en exclusiva a los profesionales, o más aún, que puede ser perniciosa la noción misma de autoría individual (con su secuela de ‘genialidad’ narcisista y paralizante)” (Ramírez, 2001: 13). La creación de Agustín Parejo School (APS en adelante) no fue impulsada por la intención de llegar a ser artistas: en sus inicios no se dieron a conocer como un grupo artístico, sus integrantes eran anónimos, no firmaban las obras y el número de personas fue siempre variable en función de cada actividad. APS incluía a su vez a otros colectivos, como la Coordinadora de Parados Trinidad-Perchel, dedicada a la distribución postal de regrabaciones de música étnica y contemporánea, la gente del fanzine *Pirata-Pirata*, y los grupos musicales UHP -grupo de “música maquinista proletaria”- y La Peña Wagneriana. Como ha señalado Pujals, “lo que unificaba el amplísimo arco de actividad creativa que practicó Agustín Parejo School a lo largo del decenio, que llegó a abarcar piezas metálicas de fundición, obra cerámica, la presentación de una pieza de alta costura, camisas estampadas con poemas e incluso una ‘línea para el hogar’ de ropa de cama, era precisamente el énfasis en una visión expandida del trabajo estético ‘fugada’ con respecto a la territorialización convencional del arte” (Pujals, 2004: 153-156).

Los proyectos de APS se condujeron fundamentalmente mediante técnicas de apropiación y manipulación de los códigos y entornos comunicativos de los espacios públicos, a fin de provocar disfunciones, por mínimas que fueran, en el aparato económico de la imagen, y anomalías en sus mecanismos de

recepción. Sus intervenciones consistían en obras sobre soportes “blandos” de distribución masiva -pegatinas, carteles, postales-, en vídeos y grabaciones musicales, pintadas, “cuadros”, y acciones en la calle. Marcelo Expósito ha subrayado, en relación a APS, que “es el grupo que de forma más característica adelantó, a comienzos de los años ochenta, un tipo de práctica colectiva que abandonaba el paradigma de intervención política del antifranquismo y la primera transición, para nuclearse en torno a un arquetipo funcional, el grupo de afinidad, adecuado para actuar en una situación en la que los frentes de lucha colectivos estaban disueltos, y en la que se daba, por tanto, la imposibilidad de establecer alianzas efectivas entre las prácticas estéticas y políticas de acuerdo con modelos globales de intervención y transformación. Agustín Parejo School representa un anudamiento de poética y política que se traducía en prácticas de guerrilla semiótica, comunicativa y cultural, caracterizadas por su resistencialismo, así como por constituir prototipos de subjetivación colectiva alternativa” (Expósito, 2008: s/p).

Una de las primeras acciones que alcanzó cierta notoriedad fue *Caucus*, en 1986. Realizada en Fuengirola (Málaga), consistió en la parodia de una campaña electoral vaciada de toda referencia a identidad política alguna, “válida para cualquier partido en cualquier circunstancia”. Un candidato a unas elecciones políticas paseaba por las calles de la ciudad, acompañado por una cuadrilla de empleados que iba pegando carteles y haciendo pintadas, y por un coche recubierto de pegatinas que por megafonía lanzaba continuamente el mensaje “Vota Moreno”, al tiempo que arrojaba pasquines promocionales. La acción, grabada en vídeo, y realizada en el marco de una jornada "conceptual" llamada *Propuesta Cero*, se complementó con un mitin del candidato Moreno. Con este trabajo, APS parodiaba la conversión de la actividad política en un mero ejercicio espectacular, pero, paralelamente, también lanzaba una crítica hacia la construcción del espacio artístico como un carnaval de marcas e iconos.

En 1991, APS llevó a cabo *Sin Vivienda*. La acción consistió en mezclarse anónimamente entre los asistentes de una manifestación callejera organizada por la Asociación de Vecinos Sin Vivienda de Málaga, vestidos como si de una procesión de Semana Santa se tratara (con capirotos, tambores y velas). A las pancartas de los manifestantes en las que se leía “Alcalde donde estás, los pobres no te ven” o “Viviendas si, chabolas no”, APS aportó las suyas propias con mensajes como “Nous sommes tous Agustín Parejo School” o gritando a viva voz frases como “Málaga paradigma de la africanidad” o “Acabar con la profesión de artista”. La acción vino reforzada por un vídeo producido por el programa *Metrópolis* (TVE) en el que se aprecian las diferentes capas de significado perseguidas por el grupo. En él, se intercalan imágenes de la marcha y de los participantes que reivindican el derecho de los ciudadanos a una vivienda digna, con las opiniones de APS sobre el arte profesional y el mercado del arte, un aspecto siempre presente en el colectivo, interesado en lecturas críticas sobre la incapacidad del discurso artístico para afrontar los retos de las políticas cotidianas. Al mismo tiempo, “conscientes de la importante función que la comunicación, la visibilidad y la producción simbólica tienen en las sociedades mediáticas, y de que la crisis de la representación que se vive en el funcionamiento de la democracia ha dado paso a manifestaciones expresivas diferentes, APS ayudó a visibilizar prácticas de resistencia de un colectivo con menor acceso a los media, introduciendo cierto aspecto irónico y lúdico de reclamo en la puesta en escena, el atrezzo de las procesiones religiosas, como peculiar característica performativa que enlazaría con otras maneras de recurrir a la teatralización del espacio público como estrategia de lucha política, caceroladas, madres de mayo, etc.” (Hamaca, 2009, s/p).

En 1992, en el marco del programa de arte público *Plus Ultra*, comisariado por Mar Villaespesa y producido por BNV para el Pabellón de Andalucía de la Expo92 –evento para el que también realizaron la exposición falsa *Lenin Cumbe*, que hemos tratado en la sección sobre “Heteronimias”-, APS proyectó la intervención titulada *Sin Larios*. La propuesta partía de lo ocurrido en 1931 cuando la estatua del Marqués de Larios (obra del escultor Mariano Benlliure

realizada en 1896) fue arrojada al mar por grupos anarquistas cuando se proclamó la República, siendo reemplazada por otra que representaba a un trabajador y realizada a una escala diferente. No obstante, la vida de esta escultura fue breve, pues la figura del Marqués fue rescatada y emplazada de nuevo en su lugar. *Sin Larios* reivindicaba la acción de la turba como una acción artística. El proyecto nunca obtuvo los permisos necesarios por parte de la autoridad competente, pero quedó documentada con la producción de una serie de objetos populares (camisetas, pegatinas, mecheros, carteles) y con una exposición celebrada en el Colegio de Arquitectos de Málaga. Con la repetición del gesto de subir al obrero arriba y bajar al aristócrata a la calle, APS intentaba recuperar un trozo de la memoria urbana, visualizando conflictos sociales latentes. El alcalde de Málaga se vio forzado a justificar en la prensa su denegación del permiso, al tiempo que revelaba su concepción elevada y elitista de la cultura.

De Agustín Parejo School surgiría la figura de Rogelio López Cuenca, quien continúa operando a menudo en procesos colaborativos mediante talleres o grupos de trabajo. López Cuenca iniciará a finales de la década una serie de proyectos de una gran efectividad performativa, definidos por plantearse a modo de intervenciones públicas en contextos urbanos no codificados artísticamente (ver Wert, 2006: 52): emplazamiento de posters (*Babble Gun*, 1989; *Sin ir más lejos*, 1991), pegatinas (*Bouquets*, 1989; *Real Zone*, 1990; *Phone/Poem*, 1991) o señales de tráfico (*Traverser*, 1990; *New World Order*, 1991), que serán tratados en ocasiones mediante referencias a poetas y artistas de vanguardia (Francis Picabia, Juan Larrea...) y que buscarán cortocircuitar 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 transeúntes.

La obra de López Cuenca merece ser considerada de intervención paisajística, pero en el territorio de la visualidad, entendiendo ésta como el escenario

comunicacional en el que la realidad es relatada. A principios de los noventa comienza a investigar sobre los cortocircuitos que se producen entre los soportes publicitarios cuando son intervenidos con mensajes que nadie espera ver (*Word\$Word\$Word\$, 1994*). En la acción *Do not cross. Art Scene* (1991), espacios públicos como solares, basureros, puntos de información o elementos de mobiliario urbano son acotados con cintas de balizamiento similares a las empleadas por la policía, los bomberos o los servicios sanitarios, y en las que figura la inscripción “No cruzar. Escena artística”, pareciendo con ello cuestionarse la idea del arte como coto autónomo y el divorcio que ello impulsa entre el arte y la vida social.

A partir de su interés en las relaciones paradójicas entre las marcas comerciales y el “lenguaje” del arte realizará trabajos como *Beaux Arts* (1992), de marcado registro conceptual, en el que las letras del término “bellas artes” están compuestas con logotipos de conocidas multinacionales. Cabe observar que otros autores entonces también tomaban prestados los iconos gráficos y marcas de la nueva institucionalidad financiera como fondo en el que exponer los peligros de una visualidad corporativa cada vez más fascinante. Por ejemplo, en *Las tablas*, obra realizada en 1989 por Daniel García Andújar, en la que la logotipia mundial se presenta junto a imágenes de víctimas de violencia. En 1992, López Cuenca realizó *Décret n° 1* (CE 22), título que tomaba su nombre del “Decreto n° 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 macroevento. 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, entre otros, decían: “Andate senza meta, il solo ostacolo é il fine”; “Sous la plage, les

pavés”; “Lasciate ogni speranza, spettatori: questo é uno spettacolo”; “Déjelo todo: el poema se le aparecerá”; “Big brother is watching you”; “Nuestra patria (es) el mundo entero”; “Und wozu dichter in Durftiger Zeit?”. Otros textos e iconos no transmitían ningún mensaje comprensible, aparentando caos y confusión.

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 mero “recinto artístico”: su principal interés era que aquello fuera inconfundiblemente artístico. Ese objetivo no pudo ser completamente satisfecho, ya que *Décret n° 1* no se expuso al público: el día antes de la inauguración, las piezas fueron retiradas y almacenadas durante el tiempo en que podían cobrar sentido: durante la Expo (Villaespesa, 2001).

Estrujenbank (Pintura y Hojalatería en General) (1987-1993), fue, por su parte, otro de los colectivos madrileños que engrasó estas dinámicas intervencionistas disruptivas, aunque con un pie dentro de las estructuras artísticas al uso. Integrado originalmente por los pintores Juan Ugalde y Patricia Gadea, y por el poeta Dionisio Cañas, residentes en aquellos días en Nueva York, su trabajo caminó entre la pintura, la música, el vídeo, la impresión gráfica, la instalación, los textos y la intervención. La vertiente política de las iniciativas del grupo quedó pronto registrada en 1990 al realizar una exposición titulada *Animales Políticos* (en la sala recién abierta por el colectivo) con obra de Eusebio Morín, Nieves Correa, Jesús Lao y Pablo Peinado Céspedes, en las que había un marcado acento crítico con respecto a algunos temas de la vida

política de entonces, muy alejadas de las cuestiones sobre las que normalmente se interesaba el *establishment* del arte español. En 1991, co-organizaron junto a E.M.P.R.E.S.A, la exposición P.S.O.E, con la participación de Equipo Límite, Guillermo Paneque, Pedro G. Romero, Libres para Siempre, GCCIG, Gonzalo Cao, Agustín Parejo School, Abilio Lope, el colectivo Juan del Campo, Dionisio Cañas, El Gran Placer, Gallego y Rey, Lucro y Sindicato de Espectadores. En relación a aquella muestra y a la concepción política que la guiaba, Juan Ugalde declaró: “[...] lo que había en España era la antipolítica y nosotros hacíamos política desde la individualidad, es decir, que éramos gente que hablaba, discutía, que veíamos lo que venía, lo que pasaba, pero no teníamos un programa, ni ninguna pretensión exclusivamente política, ni había un grupo político específico al que perteneciéramos. Para nosotros la política era un elemento individual, de lo que puede hacer una persona, no un sistema” (Cañas, Lozano, Ugalde, 2008: 104). Los fundamentos teóricos de la actividad del grupo se reunieron en *Los tigres se perfuman con Dinamita* (1992), una antología de sus textos programáticos. Su punto de partida abogaba decididamente por un arte intervencionista, instrumento de la crítica político-social, siendo el objeto más habitual de sus ataques la pobreza urbana, la actitud purista frente al mestizaje cultural, el vacío ideológico del panorama político español, los medios de comunicación, la política del PSOE, la vida urbana como instrumento homogeneizador y depurador de la diferencia. Los títulos de las exposiciones que celebraron en su sala son expresivos: “Callos de la Casa”, “Animales Políticos”, “La Política de la Nada”, “P.S.O.E.” o “El Fin de las Razas Felices”. Tanto Juan Ugalde como Patricia Gadea cultivarían extensamente la pintura. Gadea propondrá una pintura partiendo de un horizonte visual “desempoderado”: “No soy una pintora de imágenes propias, sino que utilizo todo lo que cae en mis manos”. Sus obras, influenciadas por el cómic, interpretan con ironía y acidez la realidad cotidiana inmediata a través de collages y estilo mixto de gran intensidad y fuerza narrativa.

En 1990, Dionisio Cañas organizó en un pueblo de Ciudad Real la exposición *Cambio de Sentido*, con el objetivo de invertir el orden cultural centralista que

pretende que los acontecimientos artísticos deben realizarse en los museos o las galerías de las capitales y de los grandes centros urbanos. La muestra se ligaba a la vida social del pueblo, mediante una verbena y el toreo de unas vaquillas. Participaron en ella Agustín Parejo School, E.M.P.R.E.S.A., Libres para Siempre, De-2, 03 Cosas, Equipo Límite y Estrujenbank. Al mismo tiempo, el grupo creó la “Colección Estrujenbank de Arte Contemporáneo”, una serie de fotocopias de fotografías de edificaciones de mala calidad y de personajes anónimos y vulgares, a fin de reconvertir la alfabetización como categoría ideológica y práctica de dominación y defender una cultura “analfabeta”, oral y sígnica, y radicalmente ajena a la cultura dominante. En esa misma dirección, en 1992, y en el marco de la Expo de Sevilla, Estrujenbank desarrolló la acción “Campaña Estrujenbank a favor del Analfabetismo”, en el que enfrentaron lo que llamaban “totalitarismo dulce” mediante una estética pobre y descuidada, vinculada a lo folclórico y lo popular, y que defendía un orden diferente al oficial. Con “totalitarismo dulce”, Estrujenbank entendía “el poder que se ejerce a través de los medios de comunicación y los mitos de modernidad que estos nos suministran. El cuidado del cuerpo, la programación del ocio, la exaltación de la cultura urbana como única verdadera cultura -frente a la rural y lo folklórico, considerado como una versión de la naturaleza o un souvenir etnográfico-, la política y el arte ‘ensimismados’, que conforman un orden cultural [unidimensional]” (Parreño, 2002: 425-427).

En 1990, algunos colaboradores de Agustín Parejo School en Madrid, crearon una nueva red, Preiswert Arbeitskollegen (Sociedad de Trabajo no Alienado) (CE 38), dedicado al activismo, mediante el graffiti 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” (Estrujenbank, 1993), mediante la re-expropiación de canales y lenguajes dentro del anonimato, la ejecución no artística y siempre efímera. Algunos de sus graffiti

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 Nómada 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 1993, iniciaron el proyecto *Llegó la hora del saqueo* (CE 38), que consistió en la intervención de vallas publicitarias de El Corte Inglés (al que se denominaba *Tendero Luminoso*, el “brazo armado de las PYME”), animando a la gente a dirigirse a este gran almacén 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 (Casqueiro, 1993; Wert, 2006: 53). Ya en 1992, la obra en vídeo de Alonso Gil *Robando en el Corte Inglés* apuntaba sentidos similares.

Isidoro Valcárcel Medina, en continuidad con sus actividades desenmascaradoras de los mecanismos ocultos sobre los que opera la Institución Arte, también siguió a lo largo de la década de los 90 con la realización de diversos proyectos. El artista desarrolló en 1992 el libro-postal *¿Es mailing mail-art?* (CE 26). 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 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. Dicho sea de paso, este tipo de acciones disruptivas que operan sobre el propio espacio y mecanismos de la publicidad, tendrán continuidad en los dosmil 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 (Fontcuberta, 2009).

Valcárcel Medina realizaría también en 1992 *Ley promotora y reguladora del ejercicio, disfrute y comercialización del arte* (conocida como *Ley del Arte*), primer ejemplo de “arte legal o judicial” en la obra de Valcárcel. La obra consiste en un Proyecto de Ley, con 102 artículos y 10 disposiciones, presentado en el Congreso de los Diputados, que atañe tanto a la promoción como a la regulación del ejercicio, disfrute y comercio del arte. El proyecto es fruto del encuentro entre la lógica del discurso legal con la lógica del discurso artístico actual, cuya retórica se desliza equívocamente del “todo arte es legítimo” al “todo es mercancía legítima”. De lo que trataría esta Ley es, en consecuencia, de reglar este deslizamiento de legitimidades. Así, de una parte, se protege el derecho de todo individuo a declararse Artista al tiempo que se obliga al Estado a fomentar este derecho; y de otra, se reserva a los Artistas Profesionales el derecho a vender obras de arte en exclusividad pero sometiénolas a un estricto control de cuantificación, de tipo gremial, en función del valor de los materiales y del trabajo invertido. Un organismo de carácter tutelar, la CATA –Comisión Asesora de Temas Artísticos- dirigida por los TACA –Técnicos Artísticos de la Comisión Asesora- debe dirimir en caso de contencioso y castigar los usos ilegítimos tanto de la libertad creativa, como de la libertad de comercio (Díaz Cuyás, 2002: 178). La cuestión legalista y jurídica de la noción de arte explorada por Valcárcel Medina encontrará plena continuidad muchos años después en trabajos como los de Octavi Comeron, cuando éste analice en *La balada del valor de uso* (2011) (CE 8) el imaginario

artístico-mercantil del poder, plasmado en la Ley del IVA (Impuesto del Valor Añadido), mediante una acción-instalación en la que el artista vende un automóvil en el marco de un proyecto artístico en una galería, siendo por tanto una obra de arte, estableciendo así una relación epistolar y documental con el Ministerio de Hacienda sobre la disputa acerca del IVA a aplicar. Según el Estado, el automóvil debía pagar el IVA habitual aplicado a cualquier vehículo: según el artista, sólo procedía aplicar el IVA reducido aplicado a cualquier obra de arte (Badia, Marzo, Masó, 2014).

En una dirección similar, pero introduciéndose en un ámbito de actuación bien concreto, Valcárcel Medina elaboraría en 1994 una acción, tras una invitación del Museo Reina Sofía, consistente en solicitar al museo los datos de todas las exposiciones temporales que la entidad había albergado desde sus inicios, como costes de transportes, montajes, seguros, honorarios de artistas, comisarios, fotógrafos, escritores, diseñadores, patrocinio y los derivados de la edición del catálogo. El resultado fue la cancelación del proyecto sin que el museo, obligado por la legislación a hacer públicas sus cuentas, hiciera entrega de ninguna de la información solicitada. También en 1994, el artista realizó la acción-instalación *IVM Oficina de Gestión* (CE 9), en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco, en la galería Fúcares de Madrid. En el espacio de la galería 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, que, como es obvio, no estaban a la venta. Esta obra dio pie a un extenso informe en el que se recogen los diversos asuntos planteados así como las respuestas, las gestiones realizadas o los consejos de gestión, que se dieron a los mismos. El artista escribió al respecto de aquella obra: “Un arte burocrático es lo más insano que pueda imaginarse [...] El arte funcional 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)” (Díaz Cuyás, 2002: 183).

Otro colectivo destacado del accionismo artístico urbano, social y político de Madrid, fue el Grupo Surrealista, que realizó habitualmente operaciones sin firma, interviniendo el paisaje urbano, cubriendo paredes con constelaciones o estructuras moleculares, realizando “recorridos psicogeográficos” de corte situacionista, y editando la revista *Salamandra*. Una de sus acciones más conocidas fue la oferta de becas para artistas en unos encuentros culturales en el Círculo de Bellas Artes en 1993.

Sería también en 1993, con la exposición inaugural de un nuevo espacio madrileño (El Ojo Atómico), titulada *Documentos para una historia de la heterodoxia en el arte*, comisariada por Tomás Ruiz-Rivas, cuando muchas de estas actitudes, comportamientos y prácticas se reunirían públicamente, expresando con ello una cierta conciencia colectiva en objetivos y quehaceres, subrayando la urgencia de un profundo cambio de paradigma en las dinámicas socioartísticas en España, y ofreciendo modelos expositivos y de gestión alternativos a los usuales.

Efectivamente, a partir de mediados de los años 1990, y en especial con el cambio de siglo, se recogerán y ampliarán muchas de las lecciones que acabamos enriquecidas por experiencias comunes procedentes de los movimientos antiglobalización y de los nuevos formatos de protesta *artista* desarrollados entonces. Es un momento que es descrito por Paloma Blanco en términos de “prácticas colaborativas” que dejan de lado el protagonismo central del artista para poner el acento principal sobre los métodos de producción y distribución del trabajo, una “fusión” en la que el artista y los movimientos sociales trabajan mano a mano buscando articular modos de intervención en función de las necesidades de los diferentes agentes y sectores implicados. Se trata, pues, de una fórmula híbrida entre el mundo del arte, el activismo político

y la organización comunitaria, proyectos asociativos en los que la socialización de la práctica artística y la creación de un proceso de diálogo e intercambio ponen su énfasis en la producción y distribución de estas prácticas y en el concepto de *empowerment* (empoderamiento) (Blanco, 2005: 192-193). Se trata de un tipo de prácticas que parten de la denuncia situacionista de la dinámica espectacular en el arte y la política, y el replantamiento radical de la lógica de la “representación” en las sociedades avanzadas. Como en el caso de los situacionistas, tal replanteamiento radical no podía producirse sino desde fuera, aspirando a una exterioridad que de todas formas no podía darse en estado puro.

Gran parte de estas energías, pero también de las contradicciones, de estos grupos confluyen en la llamada Huelga de Arte de 2000-2001, convocada por los grupos ya comentados Luther Blissett, Montsy Cantsin, o Karen Eliot (convocante de una huelga de arte anterior en el mundo anglosajón). Uno de los momentos culminantes de la huelga ocurrió cuando doce luthers consiguieron infiltrarse en la inauguración de ARCO 1999, interrumpiendo la recepción de los medios a la infanta Cristina y su marido Iñaki Urdangarín. Portando cada uno de ellos una camiseta blanca con una letra, los luthers se despojaron rápidamente de la ropa que las cubría y se alinearon de espaldas al público formando la frase “huelga de arte”. Hubo, sin embargo, posiciones críticas al respecto del evento: “Un minuto antes de su ‘inauguración’, cuando había todavía algunos que esperaban algo de ella, la Huelga seguía siendo una inocente amenaza que, en todo caso, convenía observar de reojo. Un minuto después había desarrollado todo su potencial y se había sumido en su propia contradicción. Como esos espectáculos en los que cuenta más la expectación que generan, y que una vez desplegados, nos dejan solos, insatisfechos, vacíos” (INDUSTRIAS MIKUERPO, 2010: 292).

Paralelamente, surgieron grupos como La Figuera Crítica de Barcelona (F. C. B., parodiando las siglas del Fútbol Club Barcelona), La Fiambrera Barroca en Sevilla o El Lobby Feroz en Madrid dedicadas a reflexionar *activamente* sobre

la relación entre ciudadanía y espacio urbano. Muchos de estos grupos participaron activa e híbridamente en lo que se vino a conocer como “movimiento antiglobalización” y que algunos de sus protagonistas, como Amador Fernández-Savater, Marta Malo de Molina, Marisa Pérez Colina y Raúl Sánchez-Cedillo, prefieren denominar “movimiento global” o “globalización desde abajo” (Fernández-Savater, Malo de Molina, Pérez Colina, Sánchez-Cedillo, 2005: 210).

Un ejemplo de este intercambio lo encontramos en el taller “De la acción directa como una de las bellas artes” organizado en el año 2000 por La Fiambrera Obrera a instancias del MACBA, que quería dar entrada en el museo a todo ese conjunto de nuevas prácticas colaborativas vinculadas a la resistencia global, y que, a la postre, adoptó una actitud muy ambigua frente al proyecto. En el marco de ese proceso surgió la idea de crear el proyecto Las Agencias, una red que permitiera canalizar distintos modos de trabajo mediante la puesta en marcha de una Agencia Gráfica, una Agencia de Medios, una Agencia Fotográfica, una Agencia Espacial y una Agencia de Moda y Complementos. El objetivo era dotar a los movimientos sociales de recursos para producir campañas, dispositivos de contrainformación y acciones de protesta frente a la cumbre del Banco Mundial prevista en Barcelona para junio de 2001. Una muestra del tipo de proyectos desarrollados es *Prêt-à-révolter*, que partiendo de una tergiversación del término *prêt-à-porter* proponía la creación de una línea de ropa y complementos adecuados para participar en las manifestaciones. Según escribe Jordi Claramonte, “*Prêt-à-révolter* unía la dimensión táctica, consistente en proporcionar complementos útiles en el contexto de las confrontaciones masivas de las manifestaciones antiglobalización, con la dimensión estratégica de poner en juego una identidad visual muy marcada -festiva y juguetona, a la par que comprometida- que pretendía cambiar la percepción que estaban difundiendo los medios de comunicación generalistas del activista antiglobalización. Fue un proyecto que requería de la mediación de especialistas en desobediencia civil, diseñadores de ropa y expertos en materiales. A todos ellos se los reunió en talleres donde pudieron trabajar conjuntamente (Claramonte, 2001: 57).

Al calor de aquellas sinergias, surgirían otros grupos como SCCPP (Sabotaje contra el Capitalismo Pasándosele Pipa) que partía de la toma de conciencia del agotamiento del modelo de movilización contra las grandes cumbres, defendiendo un formato de acción que apelara a la vida cotidiana: “Hay que analizar cómo funciona el capital en cada acto que hacemos cotidianamente y descubrir un modo gozoso y divertido de hacerle la puñeta” (sindominio, 2004). Las formas de “pasárselo pipa” serán variadas: la desobediencia peatonal, como en la acción “Unidad de Contaminación Individual”, que ofrece a los peatones la posibilidad de llevar a cabo “un ataque combinado de bocina extensible, insultos automatizados y chorro de humo redireccionado que hará palceder de envidia a los más consumados y chapapóticos conductores”; la construcción de videojuegos ambientados en un barrio concreto en el que participen sus habitantes (*Bordergames*), o la creación de empresas ficticias, como Okupasa, gestora de okupación inmobiliaria que imita la estética de los anuncios de promociones inmobiliarias y proporciona “toda la información y contactos para que tú también puedas ocupar, llave en mano y por la puerta grande”.

De la insatisfacción con la dinámica de las contracumbres nacerá también Yomango. Con una estética que recuerda, irónicamente, a la iconografía maoísta, Yomango ha ido elaborando diferentes materiales y herramientas: por ejemplo, El Libro Rojo de Yomango, que recoge sus tácticas de latrocinio artístico; o una línea de ropa con bolsillos ocultos para robar con más comodidad en grandes almacenes. Una de sus acciones más sonadas tuvo lugar en las Navidades de 2002 en el supermercado Carrefour del madrileño barrio de Aluche, donde se dedicaron a repartir entre los clientes hasta un total de 300 preservativos con alarmas pitadoras que terminaron colapsando las cajas y sumiendo en el caos durante varias horas al personal de seguridad. Se trata de acciones rayanas en la ilegalidad (el episodio de Aluche fue llevado a juicio por la compañía) y, en ese sentido, más difícilmente asimilables por la institución artística.

Vinculado también a estrategias de raigambre situacionista como la deriva o el *détournement*, en 1994 nace en el País Vasco la S.E.A.C. (Selección de Euskadi de Arte Conceptual) (CE 43), grupo formado por Arturo *fito* Rodríguez,

Natxo Rodríguez, Pepo Salazar y Juan Martínez de Ilarduya (*Beni*). Durante cuatro años la SEAC tejerá una serie de trabajos en los que a menudo parodiará –mediante el *fake*- 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 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 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 ademán, 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” 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 América, 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 Julian Schnabel (Marzo, en prensa, s/p).

Muchas de estas tácticas se reavivarán y reactualizarán en el nuevo contexto creado tras el formidable estallido social del 15 de mayo de 2011, que será denominado el Movimiento 15M. Parte de sus raíces se sitúan en una cultura de protesta que venía gestándose desde hace años, como el movimiento *okupa* o el movimiento por una vivienda digna que a partir de 2006 empieza a convocar grandes sentadas bajo el lema “V de Vivienda”, en una referencia lúdica al cómic *V de Vendetta* de Alan Moore. El estilo directo y desenfadado de V de Vivienda será heredado por Juventud sin Futuro, un grupo de presión surgido a partir del encuentro de diferentes colectivos estudiantiles en Madrid en abril de 2011 y que también abonará el terreno para la llamada “Spanish Revolution”. Si hay un punto en que el que insisten todos los medios de comunicación al describir las acampadas del 15-M, es en la importancia que los indignados concedieron a la dimensión creativa y simbólica de la protesta. Este es un aspecto que ha sido estudiado en profundidad por Julia Ramírez Blanco (Ramírez Blanco, 2014). Para

la autora, el 15-M bebe de toda una tradición de “creatividad activista” que podríamos remontar, al menos, a principios de los años noventa con el movimiento anticarreteras inglés de Claremont Road. En el caso concreto de la Acampada de Sol, Ramírez Blanco describe en detalle la “estética precaria” que caracteriza al asentamiento: casetas auto-construidas con materiales reciclados, inspiradas en el espíritu punk del “hazlo tú mismo”; multitud de pancartas y carteles imaginativos, que forman una suerte de “palimpsesto verbal de superficies solapadas y significados superpuestos”, o acciones improvisadas y difundidas por las redes sociales. La creatividad activista no solo se hará patente en las acampadas; el impulso del 15-M provoca asimismo una reactivación de las prácticas colaborativas y contextuales que, según hemos visto, habían ido desarrollándose a lo largo de los noventa. No resulta posible incluir en estas páginas una lista exhaustiva de acciones y colectivos, por lo que nos detendremos tan solo en algunos casos representativos. Un ejemplo llamativo es el del colectivo sevillano Flo6x8, que a través de sus *performances* y vídeos usa el flamenco para denunciar “el expolio del poder financiero” y conseguir “un Juicio de Núremberg contra el capital financiero y sus esbirros” (González Santiago, 2013). Sus acciones más conocidas han sido los *flashmobs*, ocupaciones temporales y no violentas de entidades bancarias durante las cuales se arrancan por bulerías o soleás ante la mirada atónita de los presentes.

Otros colectivos notorios nacidos en aquel contexto han sido Todo por la Praxis (TXP), grupo multidisciplinar formado por arquitectos, artistas, fotógrafos, diseñadores o abogados interesados en intervenir en el ámbito urbano desde un punto de vista crítico y político; Casastristes.org, formado en 2007, constituyéndose como una plataforma para reflexionar sobre el problema del acceso a la vivienda, abierta a la participación de los ciudadanos; o Basurama, que estudia los fenómenos inherentes a la producción masiva de basura real y virtual en las sociedades de consumo. También en el ámbito de las cuitas de género, surgieron numerosos grupos que hicieron de los nuevos formatos activistas vehículos de sus quehaceres: Radical Gay, LSD o Precarias a la Deriva.

Al mismo tiempo, numerosos artistas utilizarán los medios electrónicos para explorar la constitución de la ficción personal mediante la manipulación narrativa o contextual. Ya en 2001, Joan Leandre lleva a cabo una deconstrucción de un videojuego de carreras de coches de estilo Grand Prix en la serie *retroYou r/c* (2001). El artista se infiltró en los códigos del juego alterando sus características, de tal modo que el espectador se ve sorprendido por su atípico funcionamiento: a las erráticas reglas que parecen regir el juego se suma un sonido atronador (producto de la manipulación de los archivos de audio). Según observa Laura Baigorri, “el entorno es lo suficientemente reconocible como para incentivar la participación y lo suficientemente abstracto como para desbordar nuestras previsiones y nuestros sentidos” (Baigorri, 2010: 191).

## CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES

---



Tras haber examinado la ubicación de lo falso en el constructo de la imagen y de la producción cultural en general, la transformación del régimen veridictivo del lenguaje y las prácticas creativas que hacen uso de la veroficción, podemos concluir que la transformación del papel de la ficción en el conjunto general de los lenguajes actuales conduce a revisar los instrumentos de veridicción desarrollados durante la modernidad y que establecieron las fronteras y relaciones entre enunciados y competencias. Ciertas formas de enunciar determinan veracidad y objetividad, otras determinan subjetividad y arbitrariedad. La academia, el periodismo, la ciencia, la administración, hacen uso de las primeras. La ficción y el arte han estado tradicionalmente adscritas a las segundas. No obstante, hemos podido constatar que las líneas divisorias nunca fueron tan límpidas históricamente como se pretendía. El lenguaje veridictor hace alarde de un instrumental frío, como ocurre, por ejemplo, con la jerga jurídica que debe tratar sobre los sentidos de la subjetividad. Los textos historiográficos desarrollan sus relatos con fuertes improntas creativas, y la literatura y sobre todo el arte hacen suyos procedimientos y metodologías científicas, cuando no directamente industriales. Aunque las contaminaciones siempre se produjeron, acaso porque los mecanismos de veridicción no eran tan incólumes, la verdad y la ficción vivieron siempre en barrios separados.

Sin embargo, la ficción ya no habita en el espacio acotado al que la modernidad la emplazó. La condición utilitarista de la producción de sentido en el régimen actual de afectos -cuyos grandes eslabones, como el sentimiento de pertenencia a una comunidad, que ha dado legitimidad y estabilidad a una forma de veridicción de largo recorrido en los siglos XIX y XX, se han transformado aceleradamente-, ha comenzado a producir de modo masivo nuevas configuraciones de competencia. Hoy se habla como se produce: la pos-verdad en la era de la pos-producción. Ante la imposibilidad de un relato o narración integradores, el lenguaje persigue crear sentidos que aglutinen consensos puntuales; es, por consiguiente, un lenguaje de producción del lenguaje. Las competencias de objetividad y veracidad se han devaluado, o, en todo caso, deben convivir junto a las de sinceridad y autenticidad. Las

vertebraciones sociales, de este modo, prefieren guiarse mediante la producción de deseo. El lenguaje político refleja con especial claridad este deslizamiento. Territorio de enunciados impostados –pertenecientes a la ficción, pero de aparente competencia pública-, el lenguaje producido por la vida política es hoy espacio de gestualidad en el que prima el signo como idea, el deseo como producto, el gesto como metáfora. El éxito social de este tipo de enunciación en procesos políticos recientes de gran magnitud en Estados Unidos y en algunos países europeos sugiere que los lenguajes llamados hoy “populistas”, aunque pueden heredar rasgos clásicos de los tradicionales lenguajes nacionalistas, son, en realidad, nuevos modos de producción de sentido.

La ficción es un artificio del lenguaje. El más poderoso. Permite crear la sinceridad y la veracidad, atributos de moralidad social adscritos al universo de la imprenta subjetiva y establecer en ellas unas propiedades singulares, diferentes al resto de categorías de la persona social. A través de complejos artilugios cognitivos, la ficción es la herramienta perfecta de infiltración en los entresijos de lo real. La falsedad y la mentira tienen allí su territorio. En el régimen de competencias que ahora se abandona, lo falso se pretendía antónimo de lo verdadero, y lo mentiroso, antónimo de lo sincero. En el contrato de veridicción emergente, las categorías han mutado a causa de un deslizamiento general del sentido del lenguaje. Competencias como la sinceridad priman sobre la veracidad, precisamente por su falta de “artificio”, por su autenticidad. Las definiciones de mentira y falsedad se reescriben para acentuar el valor del *gesto*, del acto o actitud *manifiestamente* sincera (del lat. *manus festare*, hacer fiesta con las manos), y rebajar perceptivamente el grado de artificio aplicado en su consecución. Esto tiene implicaciones importante sobre el objeto del presente estudio.

La distinción entre falsedad y mentira es necesario volver a explicitarla. La mentira es un acto consciente de engaño. La falsedad, también. Sin embargo, tras la experiencia de haber sido engañados, sabemos que solo es mentiroso

“aquel que miente”, llevado por su perfidia. No mentimos sin saberlo. Por el contrario, es falso solo “lo que se dice” pero no forzosamente quien lo dice. Decimos cosas falsas sin cesar convencidos de decir la verdad. La mentira es un atributo del sujeto emisor; la falsedad, lo es del enunciado. Esta distinción está diluyéndose en el nuevo sistema de verdades, gracias al enmascaramiento del artificio, lo que provoca a su vez rizomas sociales de gran potencia.

El nuevo rol de la sinceridad frente a la licuación de la veracidad en la producción de verosimilitud opera bajo la ley del camuflaje. La apariencia de sinceridad fundamenta su éxito en la creación de ausencia de artificio. La sinceridad o la franqueza son figuras de sentido que se perciben como “naturales”: son, por lo tanto, competencia de los oyentes que son quienes dictaminan si hay o no signos de maquillaje. El artificio sigue ahí, sólo que en forma de des-apariencia. De ese modo, se transmite una apariencia de sinceridad y franqueza en tiempo real y sin aparente traducción. El proceso de sustitución de la competencia de veracidad, muy exigente y coercitiva con el uso y exposición de los artificios, por la de sinceridad, que opera ocultándolos, plantea problemas metodológicos complejos para configurar una lectura de presente y de prognosis sobre estos grandes cambios semióticos.

En primer lugar, el uso de la sinceridad tiene que ver con el cortoplacismo del sentido productivo del lenguaje, cada vez más iconográfico y menos lexicográfico. La inmediatez de la franqueza expresada en un *tweet* refleja suficientemente bien este modelo lingüístico. En segundo lugar, tiene el efecto de negar al receptor la posibilidad de participar cuando se revela el engaño, relegándolo a la simple esfera de la decepción. En la sinceridad, la mentira se equipara a la falsedad, pues todo el artificio recae tanto en el emisor como en receptor, que debe captarlo. Es precisamente el ocultamiento explícito de ese hecho lo que debe llevarnos a pensar en la actualización de ejercicios de prestidigitación y de vaciado político del lenguaje. La mentira, al estar construida alrededor del emisor, encuentra en el simulacro estudiado de los

signos de la sinceridad y la franqueza un medio óptimo para crear verosimilitud. Esos signos están diseñados para obviar los mecanismos de veracidad y comparabilidad y exponer en la iconosfera una suerte de naturalidad tacticista.

En la linde entre la mentira y la falsedad, se sitúa la idea-fuerza de la veroficción. La falsedad demanda artificio. La mentira, aparentemente, no. La falsedad bebe de una tradición solapada pero fértil: la de la facultad humana para reírse creativamente de la realidad a través de la mimesis, de la copia y de la parodia. La falsedad es obra pública. La mentira, en cambio, medra en el ámbito de lo privado, y no necesita, aparentemente, artificio. Lo que define *in essentia* la principal condición de la veroficción es la exposición misma del artificio, de la *machina* del lenguaje capaz de generar categorías vinculantes, que en la era de la autoridad y la verdad se controlaban con disciplina, mientras que en la era de la sinceridad se gestionan con pasión. Las paraficciones que hemos ido examinando retratan la intención mayoritaria de sus practicantes en hablar del artificio del lenguaje público que enmascara su posición ilegítima de autoridad mediante la manipulación del sentido y de sus marcos de veridicción. Para ello, utilizan el artificio y lo exponen como tal.

Una repolitización de la ficción pasa pues por establecer una especial atención en la recepción en los modos de producción de sentido de lo que vemos o de lo que no queremos ver. Es el espacio que, en el ámbito de la producción estética producirá sorpresa, y en el de la guerrilla semiótica, malestar –o viceversa– cortocircuitando y dislocando la normalidad y naturalidad de la posición desde la que miramos y ordenamos las imágenes, y contaminando el relato contextual que constituye el paraguas que legitima la oferta ética y estética que estas proyectan. El análisis de la obsolescencia del sentido y significado de las imágenes (y de su gerencia) es un argumento central de las prácticas veroficticias. Al impostar los relatos técnicos y categorías competenciales (museísticas, periodísticas, históricas, científicas), el *fake* plantea “la otra parte” de la imagen como el centro del actual problema perceptivo, no en la imagen misma, devolviendo en parte a lo social lo que ha sido sustraído de la imagen:

no se trata tanto de atender a lo que creo y no creo al ver imágenes (eso se ha reducido al mundo del deseo), sino de nuestra inhabilidad para establecer principios de acción comunicativa. El artista busca la repolitización de la mirada como vía para cuestionar la programación obsoleta de la imagen del mundo sin que esto quiera decir que persiga un regreso a la imagen unidimensional, todo lo contrario: lo que se explora es la función de la obsolescencia. Ernst Gombrich decía que las imágenes son el uso que de ellas se hace en cada momento. Los artistas del *fake* parecen haber emprendido un trabajo de zapa en la lógica de cada momento: “Ya no se trata de producir obras sino de prescribir sentidos”, insiste siempre Joan Fontcuberta (Marzo, 2014b: 26). Porque en la imagen no se celebra lo que representa, sino nuestra participación en ella.

La potencia de la ficción no radica en su “fingir” una mimesis verosímil (de hecho, ello puede verse como un demérito en la era de la fantasía), sino en su capacidad para establecer todo un marco comunicacional que haga posible la creación de sedimentos comunes de sentido que desvelen la imposición del sin-sentido urdido por los lenguajes liberales de dominación. La “guerra” de los ricos contra los pobres también se dirime en el lenguaje, sobre todo en el lenguaje. Poner a todos de acuerdo en la relatividad de la verdad: esa es la guerra que ha sido declarada. La verdad utilitarista pone en tensión los cimientos de la comprensión común de lo cierto y hace aflorar nuevas figuras en el teatro de la vida social, como la emoción, en detrimento de la certeza; la sorpresa, en perjuicio del juicio. La pos-verdad es el término exitoso de ese nuevo espacio de afectos morales que dispone de un régimen estético propio, en el que lo auténtico y lo sincero también se conducen mediante el uso del artificio, aunque no se vea.

La política del *fake* es la de enseñar ese artificio, de modo análogo a cómo el *phántasma* luminoso de Platón revela su presencia replicada de lo real. La veroficción es una técnica que enseña que una realidad ocurre como puede ocurrir cualquier otra: ¿qué las hace diferentes hasta el momento en que

revelan su condición de verdad o ficción? En la exposición de su ontología se muestran las capas subterráneas del lenguaje. Por ello, la veroficción tiene casi siempre una naturaleza política, aspecto que ha contribuido mucho a su uso por parte del activismo contemporáneo: no puede existir ajeno a la política, ya que condiciona y replantea todo lo que pensamos y sabemos de una cosa en concreto. Sin embargo, el *fake* no transforma el objeto, aunque exponga su morfología: lo que se desplaza es el lugar de la percepción, sin apenas abandonar la zona de confort habitual. Se presenta, como los fantasmas, al lado de la cama, frente a la ventana o al abrir la puerta del armario. Un *fake* no revela que nos engañan, eso ya lo sabemos. El *fake* es político porque afecta a la descripción del sujeto común. El *fake* genera conflicto porque revela la intemperie que el cuerpo social vive en relación a las manipulaciones del lenguaje; exhibe la condición de nuestros lenguajes actuales, conformados todos ellos bajo la competencia y competición del artificio, estudiado desde la escuela.

Identidad y artificio, veracidad y técnica, realismo y teatro, todas ellas categorías que definen la ficción del lenguaje, el lenguaje de la ficción. Los antiguos griegos llamaban *prósopon* a las caretas que se colocaban sobre el rostro los actores. Finalmente, el término pasó a designar al propio portador de la máscara. Los mismo griegos que defendían la unión entre verdad, bondad y belleza. En Roma, *personae* (de *per sonare* “para que resuene”) era el vocablo dado a las máscaras teatrales y que acabó fusionando a personaje y persona: debía haber una estricta correlación entre uno y otro. La Commedia dell’Arte hizo suyo este principio por el que un actor representaba de por vida un único papel. La veroficción, la heteronimia, nos recuerdan el precio a pagar por esa identificación, la hipoteca última que ésta genera en nuestra libertad. ¿Por qué representar únicamente un único papel cuando tenemos tantos personajes a disposición, en el exterior y en el interior? ¿Por qué conducirnos cómo se espera de nosotros? Pero, de igual manera, ¿no parece ser también ese el principio de la deslocalización social perfectamente engrasada por la industria del avatar que pretende licuar y desmaterializar a los sujetos? Carl Gustav Jung

avanzó un dibujo de esta situación en los años 1930: “La persona es aquel sistema de adaptación o aquella forma con la cual entramos en relación con el mundo. Por tanto, casi cualquier profesión tiene una persona característica. El peligro está en que se identifique uno mismo con la persona, como el profesor con su manual o el tenor con su voz. Se podrá decir con cierta exageración que la persona es aquello que no es propiamente de uno, sino lo que uno y los demás creen que es” (Jung, 1999: 122).

La construcción del sujeto público es lo que persigue la ficción verista, también para sabotearla. Una parte importante del futuro de una práctica crítica y poética a la vez que funcional del arte pasa por embozarse como lo haría un maleante a fin de infiltrar su bomba de relojería. Ello exige su *invisibilización*, su desaparición voluntaria en el magma de la vida, sin renegar de las herramientas *paradoxales* habituales del arte y de la ficción. Esa invisibilidad puede ser solo táctica, como ocurre entre muchos artistas que no abandonan del todo el territorio estético, o ser evidencia de una mayor disolución en el tejido social y político de muchas comunidades semióticas capaces y ansiosas de empoderar procesos sociales *desautorizados*. Y acaso en ella también se revela el fracaso del arte al intentar conseguir autonomía. El *fake* se despliega como vida y en la vida, es real mientras ocurre.

La impostura debe tener la pretensión de ser como un caballo de Troya que proclame lo real (qué hay de bondad en la verdad) mediante la infiltración y el asalto. Una parte del arte así se conduce, y aquí así se sostuvo.



**CAPÍTULO 5. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS**

---



## PUBLICACIONES

26ª Bienal de São Paulo. *Representações nacionais* (2004). São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo.

ABOUT, Ilse; DENIS, Vincent (2011). *Historia de la identificación de las personas*. Barcelona: Ariel.

ABRAMSON, Julia (2004). "Hildesheimer's Art of Literary Mystification". En KNIGHT, Peter; LONG, Jonathan (eds.). *Fakes and Forgeries*. Amersham: Cambridge Scholars Press.

ACHA, Juan (1984). *Ensayos y ponencias latinoamericanas*. Caracas: Galería de Arte Nacional.

ACOSTA, Catalina; DUARTE, Jerónimo (coms.)(2015). *Realidades prostéticas. Verdades falsas y mentiras verdaderas en el arte colombiano contemporáneo*. Harvard: el Centro Rockefeller de Estudios Latinoamericanos.

ADAMS, Percy (1962). *Travelers and Travel Liars. 1660-1800*. Berkeley: University of California Press.

ADES, Dawn; BENTON, Tim; ELLIOTT, David; BOYD WHITE, Iain (1996). *Art i poder. L'Europa dels Dictadors. 1930-1945*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

ADORNO, Theodor (2004). *Minima Moralia*. Madrid: Akal.

AGAMBEN, Giorgio (2005). *Profanaciones*. Barcelona: Anagrama.  
-(2009). *What is an Apparatus? and Other Essays*. Stanford: Stanford University Press.

Agustín Parejo School presenta Lenin Cumbe (1992). Catálogo de exposición. Sevilla: Junta de Andalucía.

ALBALAT, Roc (2015). *Interactivos en disidencia*. Trabajo Final de Grado. Barcelona: Ediciones BAU.

ALBARRÁN, Juan (2012). *Del fotoconceptualismo al fototableau: fotografía, performance y escenificación en España (1970-2000)*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

ALINSKY, Saul (1971). *Rules for Radicals: A Practical Primer for Realistic Radicals*. New York: Vintage.

ÁLVAREZ BARRIENTOS, Joaquín (2012). *Imposturas literarias españolas*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

-(2014). *El crimen de la escritura. Una historia de las falsificaciones literarias españolas*. Madrid: Abada.

ANDERS, Günther (2003). *El piloto de Hiroshima. Más allá de los límites de la conciencia*. Barcelona: Paidós.

ANTIVILO, Julia (2015). *Entre lo sagrado y lo profano se tejen rebeldías. Arte feminista latinoamericano*. Bogotá: Ediciones desde abajo.

APREA, Gustavo; CAMPERO, Agustín (2011). "Prólogo". En APREA, G.; CAMPERO, A. (eds.). *Del documento a la ficción: la comunicación y sus fraudes*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, Imago Mundi.

ARENDT, Hannah (1996). "Verdad y política". *Entre el pasado y el futuro*. Barcelona: Península, pp. 239-277.

ARISTÓTELES (2010). *Poética*. Madrid: Gredos.

ARROYO, Eduardo (2003). "Jusep Torres Campalans versus Henri Lorgnon". En HUICI, Fernando (ed.). *Jusep Torres Campalans. Ingenio de la vanguardia*. Madrid: MNCARS.

AUB, Max (1970). *Jusep Torres Campalans*. Barcelona: Lumen.

BADIA, Tere; MARZO, J. L. (2010). *El d\_efecto barroco. Políticas de la imagen hispana*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

BADIA, Teresa; MARZO, Jorge Luis; MASÓ, Joana (eds.) (2014). *No es lo más natural. Escritos y trabajos de Octavi Comeron (1965-2013)*. Barcelona: BAU.

BAENA, Francisco (2007). *Vendas para los ojos*. Granada: Imagomundi.

BAIGORRI, L. (2006). *No más arte, sólo vida. 3.1. Del artivismo simulatorio a las tácticas de suplantación en la red*. En BAIGORRI, L.; CILLERUELO, L. *Net.Art. Prácticas estéticas y políticas en la red*. Madrid: Brumaria.

-(2010). "Artistas Latinos Making Global Art". *Revista Porto Alegre*, vol. 17, nº 28: <http://seer.ufrgs.br/PortoArte/article/download/18797/10975>

BAJTIN, Mijail (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza.

BALL, Philip (2016). *El peligroso encanto de lo invisible*. Madrid: Turner.

BALLARD, James G. (2002). *Guía del usuario para el nuevo milenio*. Barcelona: Minotauro.

BARON, Jaimie (2013). *The Archive Effect: Found Footage and the Audiovisual Experience of History*. London: Routledge.

BARRACLOUGH, Geoffrey (1956). *History in the Changing World*. Norman: University of Oklahoma Press.

BARTHES, Roland (1977). *Image Music Text*. Londres: Fontana Press.

-(1987). "La muerte del autor". *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós.

-(1996). *Crítica y verdad*. Ciudad de México: Siglo XXI.

-(2004). *Roland Barthes por Roland Barthes*. Barcelona: Paidós.

BAUDRILLARD, Jean (1969). *El sistema de los objetos*. Ciudad de México: Siglo XXI.

-(1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.

-(1983). *Las estrategias fatales*. Barcelona: Anagrama.

-(2006). *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*. Madrid y Buenos Aires: Amorrortu.

-(2010). *Crítica de la economía política del signo*, Madrid: Siglo XXI.

BAUMAN, Richard (1986). *Story, Performance, and Event: Contextual Studies in Oral Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.

BAUMAN, Zygmunt (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BEATRICE, Luca (ed.) (2003). *Domingo Sánchez Blanco*. Bologna: Enrico Astuni.

BEHRENS, R.R. (1981). *Art and Camouflage: Concealment and Deception in Nature, Art and War*. Cedar Falls (IA): University of Northern Iowa Press.

-(1987). "The Art of Dazzle Painting". *Defence Analysis*, nº 3, pp. 233-243.

-(1988). "The Theories of Abbott H. Thayer: Father of Camouflage". *Leonardo*, v. 21, nº 3, pp. 291-296.

BENET, Josep (1963). *Maragall i la Setmana Tràgica*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

BENITEZ REYES, Felipe (1995). *Vidas improbables*. Madrid: Visor.

BENJAMIN, Walter (1980). *Imaginación y sociedad. Iluminaciones I*. Madrid: Taurus.

-(1989). "La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica". En BENJAMIN, Walter. *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus, pp. 15-58.

-(1998). *El concepto de crítica en el Romanticismo Alemán*. Barcelona: Península.

- (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Itaca.
- (2005). *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- (2007). *El surrealismo*. Madrid: Abada.
- (2008). "Parque Central". En BENJAMIN, Walter. *Obras I y II*. Madrid: Abada.

BERARDI, Franco (2003). *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficantes de Sueños.

- (2007a). "Mediamutación. Cultura de los medios y crisis de los valores humanistas". En *Lectura y tecnología*, nº 6, pp. 170-183.
- (2007b). *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.

BERARDI, F.; GUARNERI, E. (eds.) (2002). *Alice è il diavolo: storia di una radio sovversiva*. Milán: Shake.

BERGER, John (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.

BERKLEY, George E. (2002). *Hitler's Gift: The Story of Theresienstadt*. Wellesley (Massachusetts): Branden Books.

BERNAYS, Edward (1961). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Liveright.

- (2005). *Propaganda*. New York: IG Publishers.

BERNSTEIN, Cheryl (1977). "La superioridad de lo falso". En BATTCKOCK, Gregory (ed.). *La idea como arte. Documentos sobre arte conceptual*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 9-15.

BESSY, Christian; CHATEAURAYNAUD, Francis (1995). *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Paris: Métailié.

BEY, Hakim (1991). "Poetic Terrorism". *T.A.Z.*. Brooklyn: Autonomedia.

BHABHA, Homi (1994). *The Location of Culture*. Nueva York: Routledge.

BIEBER, Alain (2009). "Too good to be true. Fakes as an artistic and subversive warfare against cultural hegemony". *Neural*, nº 34, pp. 56-68.

BIRULÉS, Fina (2014). *Entreactes. Entorn del pensament, la política i el feminisme*. Perpignan: El Trabucaire.

BLANCO, Paloma (2005). "Prácticas artísticas colaborativas en la España de los noventa". En *Desacuerdos 2. Sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español*. Barcelona, San Sebastián, Sevilla: MACBA, Arteleku, UNIA.

BLANCO, Paloma; CARRILLO, Jesús; CLARAMONTE, Jordi; EXPÓSITO, Marcelo (eds.) (2001). *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Ediciones de la Universidad de Salamanca.

BLOCK DE BEHAR, Lisa (2011). "Variaciones en clave de F: falsificación, falacia, fingimiento, farsa, ficción, fascinación, fascismo". En APREA, Gustavo; CAMPERO, Agustín (comps.). *Del documento a la ficción: la comunicación y sus fraudes*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, Imago Mundi, pp. 13-31.

BLOM, Philipp (2013). *El coleccionista apasionado*. Barcelona: Anagrama.

BLONDEAU, Olivier (2004). "Génesis y subversión del capitalismo informacional". En *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños.

BLOOM, Harold (2005). *¿Dónde se encuentra la sabiduría?*. Madrid: Taurus.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (1995). "Capítulo VI ("De las defraudaciones"), artículos 248, 249, 250, 251 y 251 bis". *Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. Legislación consolidada..* Edición online: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-25444-consolidado.pdf>

BOORSTIN, Daniel J. (1961). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage.

BOOTH, Wayne (1986). *Retórica de la ironía*. Madrid: Taurus.

BORGES, Jorge Luis (2011). *Historia general de la infamia*. Barcelona: DeBolsillo.

-(2011). "Pierre Menard, autor del *Quijote*". En *Ficciones*. Madrid: DeBolsillo, pp. 43-61.

BOULARD, Michel (2005). "Le mimétisme ou la comédie biologique". En CHABERT, V. (ed.). *Ni vu ni connu*. París: Biro.

BOURRIAUD, Nicolas (1998). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

-(2009). *Formas de vida. El arte moderno y la invención de sí*. Murcia: Cendeac.

BOUVET, J. F. (2000). *Le strategie du caméléon*, París: Du Seuil.

BOWERSOCK, G. W. (1995). *Fiction as History: Nero to Julian*. Berkely; University of California Press.

- BOYD, Andrew (ed.) (2012). *Beautiful Trouble. A Toolbox for Revolution*. New York&London: OR Books.
- BOYD, Lani (2005). *The Yes Men and Activism in the Information Age*. Tesis pre-doctoral. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- BOYD, William (2011a). *Nat Tate: An American Artist 1928-1960*. London: Bloomsbury.
- BRAD SCHWARTZ, A. (2015). *Broadcast Hysteria: Orson Welles's War of the Worlds and the Arts of Fake News*. New York: Hill and Wang.
- BRAVO, Víctor (1998). "La verdad, la mentira y el poder creador del lenguaje". *Ateneo*, nº5, Universidad de las Palmas de Gran Canaria, pp. 23-27.
- BRUGIONI, Dino (1999). *Photo Fakery: The History and Techniques of Photographic Deception and Manipulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- BRUHNS, Karen; KELKER, Nancy (2010). *Faking the Ancient Andes*. New York: Routledge.
- BRUSADIN, Bani (2015). "Asalto a la comunicación. Una redefinición del *fake* como práctica artística activista en la sociedad de la información". *Barcelona, Research, Art, Creation*, 3(3), pp. 233-255.
- (2016). "Somos ovejas disfrazadas de lobos. Reflexiones sobre el origen del *fake* y su evolución en la época de las redes". En MARZO, J. L. (ed.) (2015). *Fake. No es verdad, no es mentira*. València: Institut Valencià d'Art Modern, pp. 61-87.
- BUÑUEL, Luis (2008). *Mi último suspiro*. Barcelona: Random House.
- BÜRGER, Peter (1987). *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península.
- CAILLOIS, Roger (1962). *Medusa y Cia. Pintura, camuflaje, disfraz y fascinación en la naturaleza y el hombre*. Barcelona: Seix Barral.
- (2008). "Mimetismo y psicastenia legendaria". *Revista de Occidente*, nº 330, pp. 122-137.
- CALVO MATURANA, Antonio (2015). *Impostores. Sombras en la España de las Luces*. Madrid: Cátedra.
- CAMERON, Dan (com.) (1986). *El arte y su doble*. Barcelona: Fundació "la Caixa".
- CAMNITZER, Luis (2009). *Didáctica de la liberación*. Murcia: Cendeac.
- CANTSIN, N. O. (2010). *A Neoist Research Project*. London: OpenMute.

CAÑAS, Dionisio; LOZANO, Mariano; UGALDE, Juan (2008). *Tot Estrujenbank*. Madrid: El Garaje ediciones.

CARDUCCI, Bernardo (2009). *The Psychology of Personality. Viewpoints, Research, and Applications*. Hoboken (NJ): John Willey & Sons.

CARO BAROJA, Julio (1992). *Las falsificaciones de la historia (en relación con la de España)*. Barcelona: Seix Barral.

CARPENTER, Scott (2009). *Aesthetics of Fraudulence in Nineteenth-Century France: Frauds, Hoaxes, and Counterfeits*. Farnham: Ashgate.

CARRASCO, Ana (2017). *Presencias irreales. Simulacros, espectros y construcción de realidades*. Madrid: Plaza y Valdés.

CARREÑO, Montse (2015). *F(r)icciones con lo real. Las cajas chinas*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

CASTELLANOS, R. R. (1993). *Un hombre con más de seiscientos nombres. Rafael Bolívar Coronado*. Caracas: Italgráfica.

CASTELLS, Manuel (2002). *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.

CASTRO, Fernando (2005). *Domingo Sánchez Blanco*. Valladolid: Fundación Siglo.

-(2009). "C'est nous qui avons fait ça. *Dead Letters* y otras anotaciones camufladas en un tiempo desquiciado". En MÉNDEZ BAIGES, Maite; PIZARRO, Pedro (eds.) (2009). *Camuflajes*. Madrid: La Casa Encendida, pp. 13-36.

CATALÀ, J. M. (2013). "Políticas de la realidad". *Revista da Faculdade de Biblioteconomía e Comunicação da UFRGS*, v. 19, nº 1, pp. 313-333.

CATALÁN, Miguel (2009). "Introducción". En CONDORCET, Marqués de (Marie-Jean-Antoine-Nicolas de Caritat). *¿Es conveniente engañar al pueblo?*. Madrid: Sequitur.

CERCAS, Javier (2014). *El impostor*. Barcelona: Random House.

CERTEAU, Michel de (1999). *La cultura en plural*. Buenos Aires: Nueva Visión.  
-(2000). *La invención de lo cotidiano* (volumen I). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.

CERVANTES, Miguel de (1986). *Novelas ejemplares*. Madrid: EDAF.

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward (1988). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica.

*Chris Burden* (1995). Paris: Blocnotes Éditions.

CLARAMONTE, Jordi (2011). *Arte de contexto*. San Sebastián: Nerea.

CÓCOLA, Agustín (2011). *El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del Pasado e Imagen de Marca*. Barcelona: Madroño.

COLLETTA, Lisa (2009). "Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart". *The Journal of Popular Culture*. Vol. 42, nº 5, pp. 859-874.

COMERON Octavi (2007a). *La Fábrica Transparente. Arte y trabajo en la época postfordista*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

-(2007b). *Arte y Postfordismo. Notas desde la Fábrica Transparente*. Madrid: Fundación Arte y Derecho, Trama Editorial.

CONDORCET, Marqués de (Marie-Jean-Antoine-Nicolas de Caritat) (2009). *¿Es conveniente engañar al pueblo?*. Madrid: Sequitur.

CONNOR, Steven (2000). *Dumbstruck. A Cultural History of Ventriloquism*. New York: Oxford University Press.

COOPER, David (2012). "Forgery as a Romantic Form of Authorship: The Czech Manuscripts in Comparative Perspective". En *Ceska Literatura* 60(1), pp. 26-44.

CRARY, Jonathan (2008). *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*. Madrid: Akal.

CRIMP, Douglas (1979). "Pictures". *October*, nº 8, pp. 75-88.

CROW, Thomas (2000). "El retorno de Hank Herron". En GUASCH, Anna Maria (ed.). *Los manifiestos del arte posmoderno. Textos de exposiciones 1980-1995*. Madrid: Akal, pp. 105-115.

CUMINGS, Bruce (2000). *War and Television*. New York: Verso.

DANTO, Artur C. (2003). *The Abuse of Beauty. Aesthetics and the concept of Art*. Illinois: Carus Publishing Company.

DARDANYÀ, Pep (2006). "Consulado 5.1". *Roulotte*, nº2.

DARNTON, Robert (2013). *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

DAVIS, Natalie Zemon (1983). *The Return of Martin Guerre*. Cambridge: Harvard University Press.

DEBORD, Guy (1955). "Introducción a una crítica de la geografía urbana". *Les Levres Nues*, nº 6. Reproducido en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/debord3.pdf>

-(2002). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.

DEBRAY, Régis (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós.

DELEUZE Gilles, GUATTARI Félix (1995). *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Paidós.

DELEUZE, Gilles (1986). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.

-(2005). *Lógica del sentido*. Barcelona: Paidós.

DELOUCHE, D. (1993). "Cubisme et Camouflage". En *Guerres Mondiales et Conflits Contemporains*, v. 43, nº 171, pp. 123-137.

DERRIDA, Jacques (1985). "Epreuves d'écriture". En LYOTARD, J. F. (ed.). *Les Immatériaux*. Vol. II. París: Centre Georges Pompidou.

-(1987). *The Truth in Painting*. Chicago: University of Chicago Press.

DERRIDA, Jacques; STIEGLER, Bernard (1998). *Ecografías de la televisión: entrevistas filmadas*. Buenos Aires: Eudeba.

DERY, Mark (1993). *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs*. Open Magazine Pamphlet Series, nº 25.

DESERIIS, Marco (2011). "Lots of Money Because I am Many. The Luther Blissett Project and the Multiple-Use Name Strategy". *Thamrys / Intersecting*, v. 21, pp. 65-93.

DESIATO, Massimo (1995). "Del amor a la desinformación y del fracaso de la cultura". *Temas de comunicación*, nº 7, Caracas, pp. 5-17.

DÍAZ CUYÁS, José (2002). *Ir y venir de Valcárcel Medina*. Barcelona: Fundación Tàpies.

DÍAZ GANDASEGUI, Vicente (2012). "Espectadores de Falsos Documentales. Los falsos documentales en la Sociedad de la Información". *Athenea Digital*, nº 12(3). Disponible en:

<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Diaz>

DIDI-HUBERMAN, Georges (2008). *Ante el tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

DOBLES OVARES, Víctor Alfonso (1994). "El concepto de engaño, en el delito de estafa, en los códigos penales y en la jurisprudencia costarricenses". *Ciencias Penales. Revista de la Asociación de Ciencias Penales de Costa Rica*. Año 5, nº 8, pp. 33-39.

DOHERTY, F.; McCLINTOCK, M. (2002). *A Year of Loss. Reexamining Civil Liberties since September 11*. New York: Lawyers Committee of Human Rights.

DOLAR, Mladen (2014). *What's in a name?*. Lubiana: Aksioma.

DOOB, Leonard (1948). *Public Opinion and Propaganda*. Nueva York: Holt&Company.

DORFLES, Gillo (2010). *Falsificaciones y fetiches. La adulteración en el arte y la sociedad*. Madrid: Sequitur.

DORSON, Richard (1976). *Folklore and Fakelore: Essays toward a Discipline of Folk Studies*. Cambridge: Harvard University Press.

DUEÑAS, Jorge (2014). "Del camuflaje en el arte contemporáneo a la privacidad en el Net-Art". *Teknokultura*, 11(2), pp. 441-452.

DUNCOMBE, Stephen (2007). *Dream. Re-imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy*. New York: The New Press.

DUQUE, Félix; VITIELLO, Vincenzo; LEYTE, Arturo; WYSS, Beat; FYNSK, Christopher (2005). *Heidegger y el arte de la verdad*. Pamplona: Cuadernos de la Cátedra Jorge Oteiza, Universidad Pública de Navarra.

DURANDIN, G. (1995). *La desinformación, la información y la realidad*. Madrid: Paidós.

DUTILLEUL, Philippe (2008). *Chronique d'une imposture assumée – L'émission choc du 13 décembre 2006*. Bruselas: Racine.

DUTTON, D. (ed.) (1983). *The forger's art: Forgery and the philosophy of art*. Berkeley: University of California Press.

EAGLETON, Terry (1988). *Una introducción a la teoría literaria*. Bogotá: Fondo de cultura económica.

ECO, Umberto (1985). *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.

-(1999). *Arte y belleza en la estética medieval*. Barcelona: Lumen.

-(2000). *Tratado de Semiótica general*. Barcelona: Lumen.

-(2009). *El nombre de la rosa*. Barcelona: DeBolsillo.

-(2012). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: RandomHouse.

ELLUL, Jacques (1973). *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. Nueva York: Vintage.

ENGEL, Pascal (2008). *¿Qué es la verdad? Reflexiones sobre algunos truismos*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.

ENGELS, F. (1868). "Reseña del primer tomo de *El Capital*, de Carlos Marx, para el *Demokratisches Wochenblatt*". Reproducido en <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/oe2/mrxoe210.htm#fn1>

ENQUITA, Nuria; TODOLÍ, Vicente (eds.) (1995). *Cildo Meireles*. Valencia: Instituto Valenciano de Arte Moderno.

ESTRUJENBANK (1993). "Nuestra Señora de Sarajevo" y "Nota biográfica". *El Europeo*, nº 46, pp. 12-15 y 21-23.

EWEN, Stuart (1991). *Todas las imágenes del consumismo. La política del estilo en la cultura contemporánea*. Ciudad de México: Grijalbo.

EXPÓSITO, Marcelo (2008). "La imaginación política radical. El arte, entre la ejecución virtuosa y las nuevas clases de lucha". En *Instituto Europeo para Políticas Culturales Progresivas* (EIPCP). Consultable en <http://eipcp.net/transversal/0507/exposito/es>

"Fake" (2016). *Exit*, nº 64 (nº especial).

FEBRER, Nieves (2010). "El cine documental se inventa a sí mismo". *Área Abierta*, nº 26: <http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB1010230005A.PDF>

FELIPE, Fernando de (2001). "El ojo resabiado (de documentales falsos y otros escepticismos escópicos)". En SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat, pp. 31-58.

FELSHIN, Nina (2011). "Pero, ¿esto es arte? El espíritu del arte como activismo". En BLANCO, P.; CARRILLO J.; CLARAMONTE J.; EXPÓSITO M. (eds.). *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

FERNÁNDEZ, Dolores (2002). *La imagen literaria del artista de vanguardia en el siglo XX: Jusep Torres Campalans*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

FERNÁNDEZ-SAVATER, Amador; MALO DE MOLINA, Marta; PÉREZ COLINA, Marisa; y SÁNCHEZ CEDILLO, Raúl (2005). "Ingredientes de una onda global". En *Desacuerdos 2. Sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español*. Barcelona, San Sebastián, Sevilla: MACBA, Arteleku, UNIA.

FINEMAN, Mia (2012). *Faking it: Manipulated Photography Before Photoshop*. Nueva York; Metropolitan Museum of Art.

FISCHER, M. (1986). "Ethnicity and the Post-modern Arts of Memory". En CLIFFORD, J.; MARCUS, G. E. (eds.). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press.

FOGDEN, M. y P. (1974). *Animals and Their Colors*. New York: Crown Publishers.

FONTCUBERTA, Joan (1997a). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.

-(1997b). *Sputnik*. Madrid: Fundación Arte y Tecnología.

-(1997c). *Fauna*. Gotinga: European Photography.

-(1998). *Ciencia y fricción. Fotografía, naturaleza, artificio*. Murcia: Mestizo.

-(2009). *Santa Inocencia*. Albarracín: Fundación Santa María de Albarracín.

-(2013). *Camouflages*. París: Maison Européenne de la Photographie, Gustavo Gili.

-(2016). "Desfosilizar la verdad". En MARZO, J. L. (ed.). *Fake. No es verdad, no es mentira*. València: Institut Valencià d'Art Modern, pp. 88-103.

FONTCUBERTA, Mar (1995). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.

FOSTER, Hal (2001a). "Asunto: Post". En WALLIS, Brian (ed.). *Arte después de la modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación*. Madrid: Akal, pp. 189-201.

-(2001b). "El artista como etnógrafo". En FOSTER, Hal. *El retorno de lo real*. Madrid: Akal, pp. 175-198

-(2002). *Design and Crime (And Other Diatribes)*. Nueva York: Verso.

-(2014). *The First Pop Age: Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*. Princeton (NJ): Princeton University Press.

FOUCAULT, Michel (1986). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.

-(2003). *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona: Gedisa.

-(2010). "¿Qué es un autor?". En ARAUJO, Nara; DELGADO, Teresa (eds.). *Textos de teorías y críticas literarias. Del formalismo a los estudios postcoloniales*. Barcelona: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana de Iztapalapa, pp. 227-248.

FRAZIER, Melissa (2007). *Romantic Encounters: Writers, Readers, and the Library for Reading*. Stanford: Stanford University Press.

FRAJ, Elena Gabriela (2015). *Políticas del fake*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

FRANCIS, Norbert (2010). "The recourse of hoax: Orthodox modern readings of Araki Yasusada and Alan Sokal". *Tamkang Journal of Humanities and Social Sciences*, nº 44, pp. 28-47.

FREELAND, Horace (2006). *Anatomía del fraude científico*. Barcelona: Crítica.

FRENGEL, Dora (2015). "A de Alzate. Autenticidad nominal en una apropiación anacrónica del arte colombiano". En *Ensayos sobre arte contemporáneo en Colombia 2012-2014*. Bogotá: Ediciones Uniandes, pp. 71-108.

FREUD, Sigmund (2000). *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Madrid: Alianza.

FRIED, Michel (1980). *Absorption and Theatricality: Painting and Beholder in the Age of Diderot*. Berkeley: University of California Press.

FRITZE, Ronald H. (2010). *Conocimiento inventado. Falacias históricas, ciencia amañada y pseudo-religiones*. Madrid: Turner.

GAIL, Kathleen (1985). *The Camera as an Instrument of Persuasion. Studies of the 19th Century Propaganda Photography*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

GARCÍA BARDÓN, Salvador (2016). "El falso retrato de Cervantes atribuido a Juan de Jáuregui". *Periodista digital* (blog). Entrada del 22 de mayo de 2016: <http://blogs.periodistadigital.com/aeu.php/2016/05/22/el-falso-retrato-de-cervantes-atribuido->

GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto Nahum (2007). "La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual". *Zer*, nº 12(22), pp. 301-322.

GARCÍA LANDA, José Ángel (1994). "Enunciación, ficción y niveles semióticos en el texto narrativo". *Miscelánea*, nº 15, pp. 263-300.

GARCÍA NINET, Antonio (1997). "La veracidad como valor radical en la obra de Nietzsche". *Revista de Filosofía*, nº 14, pp. 27-48.

GARNICA, Dolores (2013). "Sobre la heterogeneidad del discurso, las dos isotopías que se encontraron en el diccionario, la simpatía de Maurizio Cattelan y la clausura de El Bulli". *Luvina*, nº 72, s/p. Edición online: [http://luvina.com.mx/foros/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1783&Itemid=62](http://luvina.com.mx/foros/index.php?option=com_content&task=view&id=1783&Itemid=62)

GARTON ASH, Timothy (1999). *El expediente. Una historia personal*. Barcelona: Tusquets.

GASKILL, Howard (2002). *The Reception of Ossian in Europe*. Athlone: Continuum International Publishing Group.

GASQUET, Axel (2014). *Georges Bataille. Una teoría del exceso*. Veracruz: Universidad Veracruzana.

GAZTAMBIDE, María (2015). *Retrograde Modernity: The Deliberate Anachronism of El Techo de la Ballena*. Tesis doctoral. New Orleans: Tulane University.

GELL, Alfred (1998). *Art and Agency*. Oxford: Clarendon Press.

GENETTE, Gérard (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. New York: Cambridge University Press.

GES, Marcel (2001). "Imágenes para la confusión". En SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat, pp. 79-102.

GIELEN, Pascal; DE BRUYNE, Paul (eds.) (2012). *Being an Artist in Post-Fordist Times*. Amsterdam: NAI Publishers.

GIRALDO, Efrén (2016). *La línea sin reposo*. Medellín: Sílabo.

GOLDBLATT, David (2006). *Art and Ventriloquism*. London & New York: Routledge.

GOLDIE, Peter (2004). "Conceptual Art, Social Psychology, and Deception". *Postgraduate Journal of Aesthetics*, Vol. 1, nº 2, pp. 32-41.

GOMBRICH, E. H. (1979). *The Sense of Order. A Study in the Psychology of Decorative Art*. London: Phaidon.

-(2007); "La máscara y la cara: la percepción del parecido fisonómico en la vida y en el arte". En GOMBRICH, E.; HOCHBERG, J.; BLACK, M. (2007). *Arte, percepción y realidad*. Madrid: Paidós, pp. 13-66.

GÓMEZ, Felipe (2008). "Radiografía de una momia: la verdad y la mentira en *Un tigre de papel* de Luis Ospina". *Department of Modern Languages*, paper 25, Carnegie Mellon University.

GÓMEZ, Pedro J.; CASAL, Manuel (2015). "Falso documental y retórica: una exploración desde el contenido y sus efectos". *Opción*, año 31, nº 1 especial, pp. 324-337.

GOMIS, Lorenzo (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Paidós.

GONZÁLEZ, Germain; CARBONELL, Joan (2012). *Epigrafía hispánica falsa del primer Renacimiento español: Una contribución a la historia ficticia peninsular*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

GOODMAN, Nelson (2010). *Los lenguajes del arte. Una aproximación a la teoría de los símbolos*. Madrid: Paidós.

GOODY, Jack (2006). "From Oral to Written: An Anthropological Breakthrough in Storytelling". En MORETTI, Franco (ed.). *The Novel, Volume 1: History, Geography, and Culture*. Princeton: Princeton University Press.

GOSLING, John (2009). *Waging The War of the Worlds: A History of the 1938 Radio Broadcast and Resulting Panic*. North Carolina: McFarland.

GRAFTON, Anthony (2001). *Falsarios y críticos. Creatividad e impostura en la tradición occidental*. Barcelona: Crítica.

-(2015). *Los orígenes trágicos de la erudición. Breve tratado sobre la nota al pie de página*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

GRAMSCI, Antonio (2003). *Cartas de la cárcel*. Ciudad de México: Era.

GRANÉS, Carlos (2012). *El puño invisible*. Ciudad de México: Random House.

GREEN, Archie (1993). *Wobblies, Pile Butts, and Other Heroes: Labor/ore Explorations*. Urbana: University of Illinois Press.

GREGORY, R. L.; GOMBRICH, E. H. (eds.) (1973). *Illusion in Nature and Art*. New York: Charles Scribner's Sons.

GREIMAS, Algirdas (1983). *Del sentido II. Ensayos semióticos*. Madrid: Gredos.

GRENZFURTHNERM, Johannes (2006). "Georg Paul Thomann or A Short History Of A Collaborative Conspiracy". AC:Collaborative: <http://www.monochrom.at/thomann/georgpaulthomann---monochrom.txt>

GROJNOWSKI, Daniel (1991). "L'âne qui peint avec sa queue. Boronali au Salon des Indépendants, 1910". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 88, junio 1991.

GROOM, Nick (2004). "Fakelit". En KNIGHT, Peter; LONG, Jonathan (eds.). *Fakes and Forgeries*. Amersham: Cambridge Scholars Press, pp. i-xxi.

GROYS, Boris (2008). *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*. Valencia: Pre-Textos.

-(2013). *Antología*. Ciudad de México: COCOM.

-(2016). "The Truth of Art". *E-flux Journal*, nº 71:

<http://www.e-flux.com/journal/71/60513/the-truth-of-art/>

GRUPO AUTÓNOMO A.F.R.I.K.A., LUTHER BLISSETT Y SONJA BRÜZELS (2000). *Manual de la guerrilla de la comunicación*. Barcelona: Virus.

GUARDIOLA, Ingrid (2012). "Nuevos formatos en la ficción televisiva". En FRANCÉS, Miquel; LLORCA, Germán (eds.). *La ficción audiovisual en España: Relatos, tendencias y sinergias productivas*. Barcelona: Gedisa, pp. 75-105.

-(2014). "S de Simulacro: cuando la televisión encuentra su propia verdad". *Periferias.org*: <http://www.periferias.org/s-de-simulacro-cuando-la-television-encuentra-su-propia-verdad/>

GUTIÉRREZ GEA, C. (2000): "Televisión y calidad: perspectivas de investigación y criterios de evaluación". *Zer*, nº 9: <http://www.ehu.es/zer/zer9/9gutierrez.html>

HABERMAS, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. Ciudad de México: Gustavo Gili.

HALL, S. (1981). "Notes on Deconstructing the Popular". En *People's History and Socialist Theory*. London: Routledge.

HALLIWELL, Stephen (2002). *The Aesthetics of Mimesis*. Princeton: Princeton University Press.

HAMBURGER, Käte (2014). "Authenticity as Mask: Wolfgang Hildesheimer's *Marbot*". En FEHN, Ann; HOESTEREY, Ingeborg; TATAR, Maria (eds.). *Neverending Stories: Toward a Critical Narratology*. Princeton: Princeton University Press.

HAN, Byung-Chul (2013). *La sociedad de la transparencia*. Atamansha. Edición online: <https://editorialatamansha.files.wordpress.com/2015/12/la-sociedad-de-la-transparencia.pdf>

-(2016). *Shanzhai. El arte de la falsificación y la deconstrucción en China*. Buenos Aires: Caja Negra.

HANNAN, Jason (2016). "Introduction: Truth as First Casualty in American Politics". En HANNAN, Jason (ed.) *Truth in the Public Sphere*. Lanham: Lexington Books, pp. xi-xxxvi

HARRIS, A. K. (2007). *From Muslim to Christian Granada: Inventing a City's Past in Early Modern Spain*. Baltimore: John Hopkins University Press.

HARSIN, Jayson (2015). "Regimes of PostTruth, Postpolitics, and Attention Economies". *Communication, Culture & Critique*. 8 (2), pp. 327–333.

HARTCUP, G. (1980). *Camouflage: A History of Concealment and Deception in War*. New York: Charles Scribner's Sons.

HARVEY, David (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.

HEBDIGE, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.

HEGEL, G. W. F. (1985). *Fenomenología del espíritu*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

HEIDEGGER, Martin (1958). *Arte y poesía*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

-(1996). *El origen de la obra de arte*. Madrid: Alianza.

HEINICH, Nathalie (2005). *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*. Paris: Gallimard.

HENARO, Sol (ed.) (2011). *No Grupo. Un zangoloteo al corsé artístico*. Ciudad de México: Museo de Arte Moderno.

HERNÁNDEZ, Ascensión (2007). *La clonación arquitectónica*. Madrid: Siruela.

HERRERO-OLAIZOLA, Alejandro (2000). *Narrativas híbridas: Parodia y posmodernismo en la ficción contemporánea de las Américas*. Madrid: Verbum.

HERRON, Patrick (2002). "Ruthven's Faking Literature, Forging Literature and Faking Forged Literature". *Jacket*, nº 17, s/p.:  
<http://jacketmagazine.com/17/herron.html>

HERSHMAN, Lynn (1978). *Lynn Hershman Is Not Roberta Breitmore, Roberta Breitmore Is Not Lynn Hershman*. San Francisco: de Young Museum.

HERZ, J. C. (1997). *Joystick Nation. How Videogames Ate Our Quarters, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds*. New York: Little Brown.

HISPANO, Andrés (2001). "Lo falso, lo parecido y lo hiperreal. Breve aventura virtual del siglo XIX". En SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat, pp. 103-122.

HOBBSAWM, Eric (1998). *A la zaga. Decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX*. Barcelona: Crítica.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (eds.) (2002). *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica.

HOESTEREY, Ingeborg (2001). *Pastiche: Cultural Memory in Art, Film, Literature*. Bloomington (IN): Indiana University Press.

HOFFMANSTHAL, Hugo von (2012). *Carta a Lord Chandos*. Palma de Mallorca: José J. De Olañeta.

HOLMES, B. (2008). *Unleashing the Collective Phantoms*. New York: Autonomedia.

HOME, Stewart (ed.) (1997). *Mind Invaders: A reader in psychic warfare, cultural sabotage and semiotic terrorism*. London: Serpents Tail.

-(2002). *El asalto a la cultura. Movimientos utópicos desde el Letrismo a las Class War*. Barcelona: Virus.

HONIGMAN, Ana Finel (2002). "Questioning Authority: A Conversation with Eve Andrée Laramée". *Sculpture*, vol. 21, nº 6. Edición online: <http://www.sculpture.org/documents/scmag02/julaug02/laramee/lar.shtml>

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.

HUICI, Fernando (ed.) (2003). *Jusep Torres Campalans. Ingenio de la vanguardia*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

HUTCHEON, Linda (1994). *Irony's Edge: The Theory and Politics of Irony*. London: Routledge.

-(1995). *A Poetics of Postmodernism*. London: Routledge.

HYDE, L. (1998). *Trickster Makes This World: Mischief, Myth, and Art*. New York: Farrar, Straus & Giroux.

HYNES, Maria; SHARPE, Scott; FAGAN, Bob (2007). "Laughing with the Yes Men: The Politics of Affirmation". *Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 21, nº 1, pp. 107-121.

INDUSTRIAS MIKUERPO (2010). *Un proyecto de gestión cultural independiente (1994-1999)*. Madrid: Traficantes de Sueños.

IRIZARRY, Estelle (1979). *La broma literaria en nuestros días: Max Aub, Francisco Ayala, Ricardo Gullón, Carlos Ripoll, César Tiempo*. Nueva York: Eliseo Torres&Sons.

“Isidoro Valcárcel Medina, selección de textos, obras y entrevistas al artista” (2004), *S/T*, nº 7, pp. 307-361.

JACQUARD, Roland (1988). *La desinformación. una manipulación del poder*. Madrid: Espasa Calpe.

JAMES, William (1980). *El significado de la verdad*. Buenos Aires: Aguilar.

JAMESON, Fredric (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.

-(1996). *Teorías de la postmodernidad*. Madrid: Trotta.

JESSUP, Heather (2013). “Complicated Truths in Contemporary Art: Inventions, Interventions, and Hoaxes”. *The Dalhousie Review*. Vol. 93, nº 1, pp. 95-111.

JONES, Mark; CRADDOCK, Paul T.; BARKER, Nicolas (1990). *Fake? The Art of Deception*. Berkeley: University of California Press.

JORDAN-SMITH, Paul (1960). *The road I came. Some recollections and reflections concerning changes in American life and manners since 1890*. Caldwell (Idaho): Caxton Printers.

JOSIPOVICI, Gabriel (1999). *On Trust: Art and the Temptations of Suspicion*. New Haven y Londres: Yale University Press.

JUHASZ, Alexandra; LERNER, Jesse (2006). *F is for Phony: Fake Documentary and Truths Undoing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

JUNG, Carl G. (1991). *The Archetypes and the Collective Unconscious*. London: Routledge.

KANT, Immanuel (1990). *Crítica de la razón pura*. València: Universitat de València.

KARST, Roman (1974). *Thomas Mann. Historia de una disonancia*. Barcelona: Barral.

KEATS, Jonathon (2013). *Forged: Why Fakes are the Great Art of Our Age*. New York: Oxford University Press.

KEEVAK, Michael (2004). *The Pretended Asian: George Psalmanazar's Eighteenth-Century Formosan Hoax*. Detroit: Wayne State University Press.

KEYES, Ralph (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.

KAHN, E. L. (1984). “The Neglected Majority: Les Camoufleurs”. En *Art History, and World War I*. Lanham (MD): University Press of America, pp. 126-155.

- KINGWELL, Mark (2008). *Opening Gambits: Essays on Art and Philosophy*. Toronto: Key Porter.
- KLASS, Gregory (2012). "Meaning, Purpose, and Cause in the Law of Deception". *Georgetown Public Law and Legal Theory Research Papers*, nº 11-18, pp. 449-496.
- KLEIN, Naomi (2001). *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.
- KLEIN, Norman (2004). *The Vatican to Vegas. A History of Special Effects*. New York: The New Press.
- KLEMETZ, Henrik (1997). "La tragedia de Radio Quito". *Radio World International*: <http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm>
- KNIGHT, Peter; LONG, Jonathan (2004). "Introduction: Faking It". En KNIGHT, P.; LONG, J. (eds.). *Fakes and Forgeries*. Amersham: Cambridge Scholars Press, pp. 1-12.
- KOLDOBSKY, Daniela (2011). "Los encantos del falsificador sobreviven. A propósito de *F for Fake* de Welles". En APREA, Gustavo; CAMPERO, Agustín (comps.). *Del documento a la ficción: la comunicación y sus fraudes*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, Imago Mundi, pp. 127-142.
- KOOIJMAN, Jaap (2008). *Fabricating the Absolute Fake. America in Contemporary Pop Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- KRACAUER, Sigfried (1989). *Teoría del cine. La redención de la realidad física*. Barcelona: Paidós.
- KRAUSS, Rosalind (1979). "Sculpture in the Expanded Field". *October*, nº 8, pp. 30-44.
- (1996). *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*. Madrid: Alianza.
- (1999). *Los papeles de Picasso*. Barcelona: Gedisa.
- KRISTEVA, Julia (1972). "La productividad llamada texto". En BARTHES, Roland; BOONS, Marie-Claire; BURGELIN, Olivier; GENETTE, Gérard; GRITTI, Jules; KRISTEVA, Julia; METZ, Christian; MORIN, Violette; TODOROV, Tzvetan. *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- (1997). "Revolution in Poetic Language". En OLIVER, Kelly (ed.). *The Portable Kristeva*. New York: Columbia University Press.
- KUHN, Thomas (2006). *La estructura de las revoluciones científicas*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

LAFARGE, Antoinette (2007). "O-ism (Jim Shaw)". *Fictive Art*. Web de la autora: <http://fictive.arts.uci.edu/o-ism>

-(2009). "Eisbergfreistadt: The Fictive and the Sublime". *Visual Communication Quarterly*, vol. 16, n° 4, pp. 201-241.

LAFUENTE FERRARI, Enrique (1948). *La novela ejemplar de los retratos de Cervantes*. Madrid: Dossat.

LAMBERT-BEATTY, Carrie (2009). "Make-Believe: Parafiction and Plausibility". *October*, n° 129, pp. 51-84.

LANDA, Manuel de (1991). *War in the Age of Intelligent Machines*. Cambridge: Zone Books.

LANDI, Ann (2011). "The Joke's On Us". *ArtNews*, December 2011 issue, pp. 92-95.

LASN, Kalle (2000). *Culture Jam: How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge*. New York: William Morrow.

LATORRE, A.; DEL RINCÓN, D.; ARNAL, J. (1996). *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Barcelona: GR92.

LAZZARATO, Maurizio (1996). "Immaterial Labour". En VIRNO, P.; HARDT, M. (eds.). *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

LEHNDORFF, V.; TRULZSCH H. (1986). *Trans-figurations*. Boston: Little Brown.

LENAIN, T. (2012). *Art forgery: The history of a modern obsession*. London: Reaktion Books.

LÉVINAS, Emmanuel (2010). *La realidad y su sombra: libertad y mandato, trascendencia y altura*. Madrid: Trotta.

LEWIS, Michael (1993). *August Reichensperger: The Politics of the German Gothic Revival*. Cambridge: MIT Press.

LEYTE, Arturo (2005). "El arte a la luz de la muerte". En DUQUE, Félix (coord.). *Heidegger y el arte de la verdad*. Pamplona: Cátedra Jorge Oteiza, Universidad de Navarra, pp. 101-138.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean (2015). *La estetización del mundo*. Barcelona: Anagrama.

LIPPARD, Lucy (1981). "Hot Potatoes: Art and Politics in 1980". *Block*, nº 4, pp. 2-9.

-(2001). *Mirando alrededor: dónde estamos y dónde podríamos estar*. En BLANCO, P.; CARRILLO J.; CLARAMONTE J.; EXPÓSITO M. (eds.). *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp. 51-71.

-(2004). *Seis años: La desmaterialización del objeto artístico, de 1966 a 1972*. Madrid: Akal.

LIPPMANN, Walter (2004). *Public Opinion*. The Gutenberg Project: <http://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.html>

LONDERO, Eleanor (1995). "Max Aub y la invención de una academia española". En GRILLO, Rosa Maria (ed.). *La poetica del falso: Max Aub tra gioco ed impegno*. Salerno: Università di Salerno.

LONDOÑO, Molina; FERNANDO, Luis (2001). "El célebre engaño de la Cerámica Alzate". *Credencial Historia*, nº 7, s/p.

LONGONI, Ana (ed.) (2011). *Roberto Jacoby. El deseo nace del derrumbe. Acciones, conceptos, escritos*. Madrid: La Central, Adriana Hidalgo Editora, MNCARS.

LOWENTAL, David (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.

LUCIANO (1988). "El aficionado a la mentira o El incrédulo". En LUCIANO. *Obras II*. Madrid: Gredos, pp. 195-225.

LUCERO, Guadalupe (2010). "Picasso alquimista: Una lectura de *Las Meninas*". *Aisthesis*, nº 47, pp. 261-271.

LUDUENA, Fabian (2016). *Principios de Espectrología. La comunidad de los espectros II*. Madrid: Miño y Dávila.

LUTHER BLISSETT (1995). "Come fu che Luther Blissett quasi arrivò a 'Chi l'ha visto?'", *LutherBlissett.net*:

[http://www.lutherblissett.net/archive/033\\_it.html](http://www.lutherblissett.net/archive/033_it.html)

-(1997). "Viterbo: un anno vissuto satanicamente", *LutherBlissett.net*: [http://www.lutherblissett.net/archive/173\\_it.html](http://www.lutherblissett.net/archive/173_it.html)

-(2000a). *Mind Invaders. Come fottere i media: manuale di guerriglia e sabotaggio culturale*. Roma: Castelvecchi.

-(2000b). *Pánico en las redes. Teoría y práctica de la guerrilla cultural*. Madrid: Literatura gris.

-(2016). "Perdido, posiblemente muerto". *KIAosfera*, sin fechar: <http://www.ain23.com/topy.net/kiaosfera/contracultura/blisset/perdido.htm>

MACARTHUR, John (2004). *Second Front: Censorship and Propaganda in the 1991 Gulf War*. London: University of California Press.

MACURA, Vladimir (2010). *The Mystifications of a Nation: "The Potato Bug" and Other Essays on Czech Culture*. Madison: University of Wisconsin Press.

MALISZEWSKI, Paul (2008). *Fakers, Hoakers, Con Artists, Counterfeiters and Other Great Pretenders*. London, New York: The New Press, p. 74

MANCEAU, Marie; DOMINGUES, Vera; MALLARINO, Ricardo; HOEKSTRA, Hopi (2011). "The Developmental Role of Agouti in Color Pattern Evolution". *Science*, Vol. 331, Issue 6020, pp. 1062-1065.

MANN, Thomas (2012). *Confesiones del estafador Félix Krull*. Barcelona: Edhasa.

MARAVALL, José Antonio (1975). *La cultura del barroco*. Madrid: Ariel.

MARCO, Sandra (2016). "Brexit, Post-Truth Politics and the Triumph of a Messy Vision of Democracy over Technocracy". En JOERGES. C. (ed.). *Brexit and Academic Citizenship*. European University Institute Working Paper Series, No. 2016/20; The Chinese University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2016-31. Edición online: <https://ssrn.com/abstract=2871027>

MARCUS, Greil (2010). *Rastros de carmín: una historia secreta del siglo XX*. Barcelona: Anagrama.

MARCUSE, Herbert (1982). *La dimensió estètica*. Barcelona: Edicions 62.

MARÍN, Francisco (2004). *Engaños de guerra. Las acciones de decepción en los conflictos bélicos*. Barcelona: Inédita.

MARTÍN, Alejandro (2012). "El proceso a Lucas Ospina", *Esfera Pública*, revista online: <http://esferapublica.org/nfblog/el-proceso-a-lucas-ospina/>

MARTÍNEZ LUNA, Sergio (2012). "La antropología, el arte y la vida de las cosas. Una aproximación desde *Art and Agency* de Alfred Gell". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, vol. 7, núm. 2, pp. 171-195.

MARTINEZ RON, Antonio (2009a). "National Geographic destapa el fraude de Stonehenge". Blog *Fogonazos*:

<http://www.fogonazos.es/2009/12/national-geographic-destapa-el-fraude.html>

-(2009b). "Así la lié parda con el hoax de Stonehenge", Blog *Fogonazos*:

<http://www.fogonazos.es/2009/12/asi-la-lie-parda-con-el-hoax-de.html>

MARZÁBAL, Iñigo (1991). "Imagen y realidad (acerca de la relación entre documental y ficción)". En JIMENO, Miguel Ángel; BARRERA, Carlos (eds.). *La información como relato. Actas de las V Jornadas Internacionales de la Comunicación*. Pamplona: Eunsa, pp. 651-659.

MARZO, J. L. (1992). "La ruina. El arte en la era de su congelación". En *Propuestas, procesos y reflexiones entorno a la Quinzena d'Art de Montesquiu 1991*. Barcelona: Diputació de Barcelona, pp. 78-87.

-(1995). "Conversación con Chris Burden. El minuto anterior y posterior al accidente". *Kalías*, nº 14, pp. 86-92.

-(1998a). "Ilusión e ideología en la máquina de ver". En BADIA, Tere; MARZO, J. L. (eds.). *Singular Electrics*. Barcelona: Fundació Joan Miró, pp. 137-157

-(1998b). "Escamoteo". En MARZO, J. L. (ed.). *Escape*. Vitoria: Sala America.

-(1998c). *Rendeix-te! Fulls volants i guerra psicològica al segle XX*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

-(1998d). "La ciencias sociales en su salsa: la guerra". *Film-Historia*, vol. VIII, nº 2-3, pp. 139-151.

-(2002a). "Cultura de registro". En BLASCO, Jorge; ENGUITA, Nuria (eds.). *Culturas de archivo*. Barcelona: Fundació Antoni Tàpies, pp. 159-169.

-(2002b). "La ventriloquía: un modelo de comunicación". En *Presente continuo. Producción artística y construcción de la realidad*. Vic: Quinzena d'Art de Montesquiu-Eumo.

-(2002c). *En el lado de la TV*. Castelló: Espai d'Art Contemporani de Castelló.

-(2003). *Me, Mycell and I. Tecnología, movilidad y vida social*. Barcelona: Fundació Antoni Tàpies.

-(2007a). "Ilusionismo y transparencia". Conferencia en MediaLab, Madrid, mayo de 2007. Versión online:

[http://www.soymenos.net/revisión\\_magia.pdf](http://www.soymenos.net/revisión_magia.pdf)

-(2008). "El arte fuera de contexto". En Barbieri, Mariano; Marchiaro, Pancho (eds.). *Buscando señal. Lecturas sobre nuevos hábitos de consumo cultural*. Córdoba (Argentina): Centro Cultural de España, pp. 132-161.

-(2011). *La memoria administrada. El barroco y lo hispano*. Madrid: Katz.

-(2013). "Imágenes con sordina". En MARZO, J. L. (ed.). *No tocar, por favor. El museo como incidente*. Vitoria: Artium, pp. 12-31.

-(2014a). "La obra de Octavi Comeron en el marco de las dinámicas artísticas nacionales e internacionales de las últimas décadas". En BADIA, T.; MARZO, J. L.; MASÓ, J. (eds.). *No es lo más natural. Escritos y trabajos de Octavi Comeron: 1965-2013*. Barcelona: BAU-Universitat de Barcelona, pp. 73-92.

-(2014b). "Suprima las imágenes". En FONTCUBERTA, Joan. *Camouflages*. París: Maison Europeenne de la Photographie, pp. 21-28.

-(2015). "El público hace tiempo que se fue". *Quadern de les idees, les arts i les lletres*, nº 201, Fundació Ars, pp. 3-6.

-(2016a). "Exhumar la verdad y dejar que huela". En MARZO, J. L. (ed.). *Fake. No es verdad, no es mentira*. València: Institut Valencià d'Art Modern, pp. 11-60.

-(2016b). "Shanzai". Reseña bibliográfica. *Inmaterial*. Vol. 1, nº 2, pp. 93-95.

-(en proceso de publicación). "La SEAC (Selección de Euskadi de Arte de Concepto): La difusa línea que separa al genio del carachorra". En *SEAC. Selección de Euskadi de Arte de Concepto*. Vitoria: Artium. Puede verse online en: <http://www.soymenos.net/SEAC.pdf>

MARZO, J. L.; RODRÍGUEZ, Arturo (2008). *Spots electorales. El espectáculo de la democracia en la TV mundial desde 1989*. Madrid: Turner y La Virreina Centre de la Imatge.

MASIP, Jaume (2005). "¿Se pillan antes a un mentiroso que a un cojo? Sabiduría popular frente a conocimiento científico sobre la detección no-verbal del engaño". *Papeles del Psicólogo*, vol. 26, pp. 78-91.

MASOTTA, Oscar (ed.) (1967). *Happenings*. Buenos Aires: Jorge Álvarez.

-(2004). *Revolución en el arte: pop-art, happenings y arte de los medios en la década del sesenta*. Buenos Aires, Edhasa.

MAYAYO, Patricia; MARZO, J. L. (2015). *Arte en España, 1939-2015. Ideas, prácticas, políticas*. Madrid: Cátedra.

MÉNDEZ BAIGES, Maite (2007). *Camuflaje. Engaño y ocultación en el arte contemporáneo*. Madrid: Siruela.

-(2008). "La estética accidental del camuflaje". *Revista de Occidente*, nº 330, noviembre de 2008, pp. 53-69.

-(2009). "Eco-estética del camuflaje". En MÉNDEZ BAIGES, Maite; PIZARRO, Pedro (eds.). *Camuflajes*. Madrid: La Casa Encendida, pp. 37-55.

MÉNDEZ BAIGES, Maite; PIZARRO, Pedro (2009). "n+7 formas de camuflarse". En MÉNDEZ BAIGES, Maite; PIZARRO, Pedro (eds.). *Camuflajes*. Madrid: La Casa Encendida.

MENKE, Christoph (1997). *La soberanía del arte. La experiencia estética según Adorno y Derrida*. Madrid: Antonio Machado.

MEGRET, Maurice (1959). *La guerra psicológica*. Buenos Aires: Paidós.

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, pp. 311-321.

MIGLIORE, Tiziana (2008). "Entrevista a Paolo Fabbri. Estrategias del camuflaje". *Revista de Occidente*, nº 330, pp. 89-110.

MILNER, Max (1990). *La fantasmagoría*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

MIRANDA, Carlos (2006). *Fundamentos para un arte invisible. El caso de WORD\$WORD\$WORD\$ de Rogelio López Cuenca*. Tesis doctoral. Granada: Universidad de Granada.

MITCHELL, Amy; HOLCOMB, Jesse (2016). "State of the News Media 2016". Pew Research Center. Edición online:  
<http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/>

MONTAGUT, Marta; ARAÛNA, Núria (2015). "Entre la indignación y la interpretación lúdica: el diálogo intergeneracional ante el falso documental *Operación Palace*". *Historia Actual Online*, 38 (3), pp. 131-146.

MONTEILHET, Hubert (1982). *Les Queues de Kallinaos*. París: Livre de Poche.

MOORE, Rebecca (1999). *Standing in the Shadow of Giants: Plagiarists, Authors, Collaborators*. Stamford (CO): Ablex.

MORETO, Agustín (2017). *El desdén con el desdén*. Barcelona: Linkgua digital.

MOREY, Miguel (1996). "Introducción". En FOUCAULT, Michel. *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.  
 -(1983). *Lectura de Foucault*. Madrid: Taurus.

MOSCOSO, Óscar (2016). *El mercadeo de la memoria precolombina a principios del siglo XX en Medellín. El caso de las cerámicas Alzate*. Trabajo Final de Máster. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.

*Motherfuckers! De los veranos del amor al amor armado*. Madrid: La Felguera.

MUCHETTI, Luca (2005). *L'informazione secondo Luther Blissett*. Tesis doctoral. Milán: IULM. Consultable en: <http://muke.altervista.org>

MUSIL, Robert (2010). *El hombre sin atributos*. Barcelona: Seix Barral.

NASH, Mark (2008). "Reality in the Age of Aesthetics". *Frieze*, nº 114, s/p:  
<https://frieze.com/article/reality-age-aesthetics>

NATELLA, Andrea (2010). *Guerriglia Marketing, una definizione convenzionale*:  
[http://www.kook.it/wp-content/uploads/2010/06/guerriglia\\_marketing.pdf](http://www.kook.it/wp-content/uploads/2010/06/guerriglia_marketing.pdf)  
 -(2012). *Viral Marketing*. Roma: Kook.

NEGRI, Antonio (2000a). *Spinoza subversivo: variaciones (in)actuales*. Madrid: Akal.

-(2000b). *Arte y multitud. Ocho cartas*. Madrid: Trotta.

NEGT, Oskar; KLUGE, Alexander (2016). *Public Sphere and Experience: Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. New York: Verso.

NEUSTADT, Robert (2001). *CADA día: la creación de un arte social*. Santiago de Chile: Cuarto Propio.

NICHOLS, Bill (1997). *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.

NICOLÁS, Juan Antonio; FRÁPOLI, María José (eds.) (1997). *Teorías de la verdad en el siglo XX*. Madrid: Tecnos.

NIETZSCHE, F. (1962). *La gaya ciencia*. Madrid: CSIC.

-(1994). *Aurora*. Madrid: M. E. Editores.

-(2000). *La voluntad de poder*. Madrid: Edaf.

-(2016). *Más allá del bien y del mal*. Madrid: Alianza.

NÖTH, Winfried (1997). "Can pictures lie?". En NÖTH, Winfried (ed.) (1997). *Semiotics of the Media. State of the Art, Projects and Perspectives*. Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 133-146.

OLEZA, Joan (2013). "El apócrifo, prototipo de una subjetividad en crisis". *Asclepio* 65 (2).

OLIVA, César; TORRES, Francisco (2002). *Historia básica del arte escénico*. Madrid: Cátedra.

OLIVER, Julian; SAVIČIĆ, Gordan; VASILIEV, Danja. The Critical Engineering Working Group (2011-2016). *The Critical Engineering Manifesto*. Texto online: <https://www.criticalengineering.org>

ORING, Elliot (1992). *Jokes and Their Relations*. Lexington: University of Kentucky.

ORTEGA, María Luisa (ed.) (2005). *Nada es lo que parece: Falsos documentales, hibridaciones y mestizajes del documental en España*. Madrid: Ocho y medio.

OSPINA, Luis (2007). *Palabras al viento: mis sobras completas*. Bogotá: Aguilar.

ÖZDEN, Begüm; KURYEL, Aylin (eds.) (2011). *Cultural Activism: Practices, Dilemmas, and Possibilities*. Amsterdam: Rodopi.

OWENS, Craig (1979). "Earthwords". *October*, nº 10, pp. 120-130.

PAGDEN, Anthony (2002). "Europa y el resto del mundo". En BERGIN, Joseph (ed.). *El siglo XVII*. Barcelona: Crítica.

- PAGLIA, Ricardo (2001). *Tres Propuestas Para El Próximo Milenio (Y Cinco Dificultades)*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- PANOFSKY, Erwin (2004). *Idea: contribución a la historia de la teoría del arte*. Madrid: Cátedra.
- PARDO, José Luis (1996). *¿Deshumanización del arte?*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- PARREÑO, José María (1996). "Historia o historieta del arte de acción en Madrid". En POL, Marta; VALLAURE, Jaime (ed.). *Sin número. Arte de Acción*. Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- (2002). *El arte comprometido en España en los años 70 y 80*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- PASCAL, Blaise (2000). *Escritos escogidos*. Barcelona: Océano.
- PESSOA, Fernando (1982). *El poeta es un fingidor*. Madrid: Espasa-Calpe.
- PIZARROSO, Alejandro (1991). *La guerra de las mentiras*. Madrid: Eudema.
- PLANT, Sadie (1992). *The Most Radical Gesture: The Situationist International in a Postmodern Age*. London: Routledge.
- PLATÓN (1960). *Diálogos V. Parménides, Teeteto, Sofista, Político*. Madrid: Ediciones Ibéricas.
- (1988). *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos.
- PORTMANN, A (1967). *Animal Forms and Patterns*. New York: Schocken.
- PRON, Patricio (2016). "La nota a pie de página". *Letras Libres*, Edición online: <http://www.letraslibres.com/mexico-espana/la-nota-pie-pagina>
- PRÓSPERI, Germán Osvaldo (2015). *Vientres que hablan. Ventriloquía y subjetividad en la historia occidental*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- PUJALS, Esteban (1989). "Poética de la renuncia". *Arena*, nº 3, pp. 12-13.
- (2004). "El arte de la fuga: modos de la producción artística colectiva en España 1980-2000". *Desacuerdos*, nº 1, Arteleku-Centro José Guerrero-MACBA-UNIA, 2004, pp. 152-160.
- PUSCA, Anca (2008). "The Aesthetics of Change: Exploring Post-Communist Spaces". *Global Society*, Vol. 22, nº 3, pp. 369-386.
- QUARANTA, Domenico (ed.). *Eva and Franco Mattes*. Milán: Charta.
- RABATÉ, Jean-Michel (2008). *The Ethics of the Lie*. New York: Random House.

RADNÓTI, Sándor (1999). *The Fake. Forgery and Its Place in Art*, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers.

RAMÍREZ, Juan Antonio (1993). *Duchamp, el amor y la muerte, incluso*. Madrid: Siruela.

-(2001). "Un neorrealismo pauperista. La contra-arqueología lingüística de Rogelio López Cuenca". En VILLAESPESA, Mar (ed.). *Obras. Rogelio López Cuenca*. Granada: Diputación de Granada.

RAMÍREZ BLANCO, Julia (2014). *Utopías artísticas de revuelta. Claremont Road, Reclaim the Streets, la Ciudad de Sol*. Madrid: Cátedra.

RAMÍREZ, Pablo (1994). "Sólo para veteranos y nuevos fans". En *For C. P. Fans Only*. Valencia: Sala Parpalló.

RANCIÈRE, Jacques (1992). "Política, identificación y subjetivación". En <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/heler/poliyidenrancière.htm>

-(2002). *La división de lo sensible. Estética y política*. Salamanca: Centro de Arte de Salamanca.

-(2006). *The Politics of Aesthetics*. London: Continuum.

-(2010). "Las paradojas del arte político". En RANCIÈRE, J.. *El espectador emancipado*. Castellón: Ellago.

RICHTER, Hans (1973). *Historia del dadaísmo*. Buenos Aires: Nueva Visión.

RIFFATERRE, Michel (2000). "La ilusión de ecfraisis". En MONEGAL, Antonio (ed.). *Pintura y poesía*. Madrid: Arco Libros, pp. 161-183.

RIVERA GARCÍA, Antonio (2004). "Espíritu y poder en el barroco español". En AULLÓN DE HARO, P. (ed.). *Barroco*. Madrid: Verbum, pp. 567-596.

RIPA, Cesare (2016). *Nova Iconologia*. Facsímil de la edición de 1618. Middletown: Ulan Press.

ROCHA, Servando (2012). *La facción caníbal. Historia del vandalismo ilustrado*. Madrid: La Felguera.

ROJAS AJMAD, Diego (2010). "Sobre la falsificación considerada como una de las bellas artes (Rafael Bolívar Coronado y su significación en el arte moderno venezolano)". *Voz y escritura. Revista de Estudios Literarios*, nº 18, Caracas, pp. 153-164.

ROMERO, Luis (2012). "La desinformación en la nueva aldea global". *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, nº 159-160, pp. 52-55.

-(2013). "Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformación". *Correspondencias & Análisis*, nº 3, pp. 319-342.

-(2014). *Pragmática de la desinformación: estratagemas e incidencia de*

*la calidad informativa de los medios*. Tesis doctoral. Huelva: Universidad de Huelva.

RORTY, Richard (1991). *Contingencia, Ironía y Solidaridad*. Barcelona: Paidós.

ROSCOE, Jane; HIGHT, Craig (2001). *Faking it. Mock-documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.

ROSE, Margaret (1993). *Parody: Ancient, Modern and Post-modern*. Cambridge: Cambridge University Press.

ROSELL, Maria (2012). *Los poetas apócrifos de Max Aub*. València: Universitat de València.

-(2015). "La forja de la cultura española. Un enfoque multidisciplinar". *Revista de Occidente*, nº 410-411, pp. 5-13.

ROSENBERG, Harold (1969). "Art and Words". *The New Yorker*, 29 de marzo de 1969. Reeditado en BATTCKOCK, Gregory (1973). *Idea Art*. Nueva York: E. P. Dutton.

ROSSET, Clément (2008). *Fantasmagorías seguido de lo real, lo imaginario y lo ilusorio*. Madrid: Abada.

ROSZAK, Theodore (1988). *El culto a la información*. Barcelona: Crítica.

ROUSSET, Jean (1989). *La littérature de l'âge baroque en France. Circé et le paon*. París: José Corti.

ROWLAND, Ingrid (2004). *The Scarith of Scornello. A Tale of Renaissance Forgery*. Chicago: University of Chicago Press.

RUIZ-DOMÈNEC, José Enrique (2008). "Lo falso". *Letras Libres*, nº 84, pp. 24-27.

RUSSELL, Bertrand (1968). *Ensayos Filosóficos*. Madrid: Alianza.

RUSSETT, Margaret (2006). *Fictions and Fakes: Forging Romantic Authorship, 1760-1845*. Cambridge: Cambridge University Press.

RUTHVEN, K.K. (2001). *Faking Literature*. Cambridge: Cambridge University Press.

SACKMAN, Harold; ERIKSON, W. J.; GRANT, E. E. (1968): "Exploratory experimental studies comparing online and offline programming performance". *Communications of the ACM*, 11 (1), pp. 3-11. Disponible online: <http://doi.acm.org/10.1145/362851.362858>

SÁNCHEZ BLANCO, Domingo (2005). *A destajo, 500 performances en un día*. Murcia: Cendeac.

SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi (2001). "El mockumentary: de la crisis de la verdad a la realidad como estilo". En SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat, pp. 11-30.

SANTA, Eduardo (2005). "Los falsos retratos de Cervantes y de Jiménez de Quesada". *Boletín de Historia y Antigüedades*, vol. XCII, nº 831, pp. 865-881.

SAUNDERS, D. (1992). *Authorship and copyright*. Oxford: Taylor&Francis.

SCHIFF, Vera; FURY, Cheryl A. (2012). *The Theresienstadt Deception: The Concentration Camp the Nazis Created to Deceive the World*. New York: Edwin Mellen Press,

SCHWARTZ, Hillel (1996). *La cultura de la copia. Parecidos sorprendentes, facsímiles insólitos*. Madrid: Cátedra.

SEARLE, J. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.

SELMA, José Vicente (1996). *Imágenes de naufragio: Nostalgia y mutaciones de los sublime romántico*. Valencia: Generalitat Valenciana.

SERRES, Michel (1995). *Atlas*. Madrid: Cátedra.

SHAPIRO, T. (1976). *Painters and Politics*. New York: Elsevier.

SHELL, Hanna (2012). *Hide and Seek: Camouflage, Photography, and the Media of Reconnaissance*. Cambridge: The MIT Press.

SHIELDS, David; VOLLMER, Matthew (2012). *Fakes. An Anthology of Pseudo-Interviews, Faux-Lectures, Quasi Letters and "Found" Texts and Other Fraudulent Artifacts*. London & New York: Norton.

SHULTZ, Richard; GIODSON, Roy (1984). *Dezinformatsia. Active Measures in Soviet Strategy*. Washington: Brassey's.

SLOUKA, Mark (1995). *War of the Worlds. Cyberspace and the High-Tech Assault on Reality*, New York: Basic Books.

SOKAL, Alan (1996): "Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity". *Social Text*, nº 46/47, pp. 217-252.

-(2008). *Beyond the hoax: Science, philosophy and culture*. Oxford, UK: Oxford University Press.

SPEIER, Hans; JACKALL, Robert (1998). "Wit and Politics: An essay on Laughter and Power". *The American Journal of Sociology*, 103(5), pp. 1348-1372.

SPENCER, David (2007). *The Yellow Journalism*. Evanston: Northwestern University Press.

SPRINKER, Michael (ed.) (1999). *Ghostly Demarcations: A Symposium on Jacques Derrida's Specters of Marx*. London, New York: Verso.

STEINER, George (1980). *Después de Babel*. México: Fondo de Cultura Económica.

STEWART, Susan (1991). *Crimes of Writing: Problems in the Containment of Representation*. New York: Oxford University Press.

STILMAN, Eduardo (2012). "Introducción". En SWIFT, Jonathan (2012). *Escritos subversivos*. Buenos Aires: Corregidor.

SUMMERS, David (1993). *El juicio de la sensibilidad: Renacimiento, naturalismo y emergencia de la estética*. Madrid: Tecnos.

SURMANN, Frauke (2012). "No Fun: Mourning the Loss of Tragedy in Contemporary Performance Art". En AGOSTINHO, Daniela; ANTZ, Elisa; FERREIRA, Cátia (eds.). *Panic and Mourning. The Cultural Work of Trauma*. Berlin: De Gruyter, pp. 263-278.

SÜTZL, Wolfgang; HUG, Theo (eds.) (2012). *Activist Media and Biopolitics. Critical Media Interventions in the Age of Biopower*. Innsbruck: Innsbruck University Press.

SWIFT, Jonathan (2012). *Escritos subversivos*. Buenos Aires: Corregidor.

TAKOLANDER, Maria (2005). "The unhallowed art: Literature and literary fakes in Australia". *Text Journal*, nº 4, pp. 102-114.

TATARKIEWICZ, W. (1987). *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.

TATARKIEWICZ, Wladyslaw (1989). *Historia de la estética II. La estética medieval*. Madrid: Akal.

TIQQUN (2015). *La hipótesis cibernética*. Madrid: Acuarela & A. Machado.

TITZE, Ingo (2008). "The Human Instrument". *Scientific American*, nº 298, pp. 94-101.

TODOROV, Tzvetan (1972). "Introducción". En BARTHES, Roland; BOONS, Marie-Claire; BURGELIN, Olivier; GENETTE, Gérard; GRITTI, Jules;

KRISTEVA, Julia; METZ, Christian; MORIN, Violette; TODOROV, Tzvetan. *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

-(1987). *La conquista de América. El problema del otro*. Ciudad de México: Siglo XXI.

TOFFLER, Alvin (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York: Bantam.

TROMBLE, Meredith (2005). *The Art and Films of Lynn Hershman Leeson: Secret Agents, Private I*. Berkeley: University of California Press.

TUCKER, T. G. (1976). *Etymological Dictionary of Latin*. Palos Heights: Ares.

*Una historia improbable*. Preiswert (2008). Colección *Estrabismos*, nº 4. Málaga: CEDMA-Diputación de Málaga.

VAAN, Michiel de (2016). *Etymological Dictionary of Latin*. Leiden: Brill.

VAILLANT, Alexis (1999). “¿No nos hemos visto antes en algún sitio?”. *Zehar*, nº 41, pp. 8-17.

VALCÁRCEL MEDINA, Isidoro; IRISARRI, Trinidad; MUSICCO, Daniela (1994). *I.V.M. Oficina de Gestión. Proyectos, propuestas, promociones, programas y prospecciones*.

VALE, V.; JUNO, Andrea (1987). “Editorial”. Nº especial “Pranks!”. *RE/Search*, p. 4.

VALIS, Noël (1992). “La autobiografía como insulto”. *Dispositio*, XV, nº 49, pp. 2-14.

VANDERFORD, Audrey (2000). *Political Pranks: The Performance of Radical Humor*. Tesis doctoral. Eugene: University of Oregon Press.

VÁSQUEZ ROCCA, A. (2009). “Sloterdijk y Heidegger. La recepción filosófica. Recensión y estudio crítico”. *Universitas. Revista de Filosofía, Derecho y Política*, núm. 10, pp. 151-159.

VATTIMO, Gianni (2010). *Adiós a la verdad*. Barcelona: Gedisa.

VERÓN, Eliseo (2000). “Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado”. *Ramona*, nº 9-10, Buenos Aires, pp. 46-50.

VILAR, Gerard (2010). *Desartización: paradojas del arte sin fin*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

VILLAESPESA, Mar (ed.) (2001). *Obras. Rogelio López Cuenca*. Granada: Diputación de Granada.

- VIRILIO, Paul (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. New York: Semiotext.
- VIRNO, Paolo (2003a). *Virtuosismo y revolución. La acción política en la era del desencanto*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- (2003b). *Gramática de la multitud*. Madrid: Traficantes de sueños.
- VV.AA. (1998). *Acción directa en el arte y en la cultura*. Madrid: Radikales livres.
- VV.AA. (2006). *Carlos Pazos. No me digas nada*. Madrid-Barcelona: MNCARS, MACBA, ACTAR.
- WADE, Nicholas; BROAD, William (1983). *Betrayers of the Truth: Fraud and Deceit in the Halls of Science*. New York: Simon&Schuster.
- WALLACE, Carol (1948). *Persuade or Perish*. Boston: Houghton Mifflin.
- WASSERSTEIN, Bernard (1988). *The Secret Lives of Trebitsch Lincoln*. New Haven: Yale University Press.
- WAUGH, Patricia (1984). *Metafiction: The Theory and Practice of Self-Conscious Fiction*. London: Routledge.
- WEINRICHTER, Antonio (2004). *Desvíos de lo Real*. Madrid: T&B.
- WELCH, David (1993). *The Third Reich: Politics and Propaganda*. Londres: Routledge.
- WERT, Juan Pablo (2006). "Sobre el arte de acción en España". En ARTEA; SÁNCHEZ, José Antonio (ed.). *Artes de la escena y de la acción en España: 1978-2002*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 35-56.
- (2014). "Fake, género y coherencia en la obra de Nuria Carrasco": <http://nuriacarrasco.com/subnuria/?p=185>
- WHALEY, Barton (2006). *Detecting Deception: A Bibliography of Counterdeception Across, Time, Cultures and Disciplines*. Washington DC: Foreign Denial & Deceptio Committee.
- WHITE, N. (1951). *Abbott H. Thayer: Painter and Naturalist*. Hartford (CT): Connecticut Printers.
- WIESE, Doro (2014). *The Powers of the False. Reading, Writing, Thinking Beyond Truth and Fiction*. Evanston: Northwestern University Press.
- WILDE, Oscar (2016). *El retrato de Mr. W. H.*. Valencia: Ediciones 74.
- WILLETT, Cynthia (2008). *Irony in the Age of Empire: Comic Perspectives on Democracy and Freedom*. Bloomington: Indiana University Press, pp. 1-3.

WILLIAMS, Bernard (2006). *Verdad y veracidad*. Barcelona: Tusquets.

WILLIAMS, Raymond (2000). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.

WITTKOWER, Rudolf; WITTKOWER, Margot (2015). *Nacidos bajo el signo de Saturno*. Madrid: Cátedra.

WYNNE, Frank (2006). *I Was Vermeer: The Rise and Fall of the Twentieth Century's Greatest Forger*. London: Bloomsbury.

YÚDICE, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Paidós.

ZIVANOVIC, Judith K. (1967). *The Verfremdungseffekt of Bertolt Brecht in Text and Production*. Madison: University of Wisconsin Press.

ZIZEK, S. (2009). *El frágil absoluto o por qué merece la pena luchar por el legado cristiano*. Valencia: Pre-Textos.

ZOHAR, A. (2007). *Strategies of Camouflage: Invisibility, Schizoanalysis and Multifocality in Contemporary Visual Art*. Tesis doctoral. Londres: University of London.

ZUMMER, Tom (2012). "Anexos de voz". En ALLEN, Jamie (coord.). "La materia de los medios", *Artnodes* (online). nº 12, pp. 54-61. Consultado el 4 de septiembre de 2016.

#### ARTICULOS DE PRENSA

---

ALANDETE, David (2016). "Cómo combatir la posverdad". *El País* (27-11-2016). Edición online:  
[http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/25/actualidad/1480100158\\_950698.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/25/actualidad/1480100158_950698.html)

BOYD, William (2011b). "Nat Tate: my part in his art". *The Guardian* (14 de octubre de 2011). Edición online:  
<https://www.theguardian.com/books/2011/oct/14/nat-tate-artist-hoax-william-boyd?newsfeed=true>

BROMWICH, Jonah Engel (2016). "What Is Breitbart News?". *The New York Times*. Edición online:  
[https://www.nytimes.com/2016/08/18/business/media/what-is-breitbart-news.html?ribbon-ad-idx=4&rref=politics&\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/08/18/business/media/what-is-breitbart-news.html?ribbon-ad-idx=4&rref=politics&_r=0)

CASQUEIRO, Javier (1993). "Una panda roba ocho bolsos en un saqueo a El Corte Inglés de Preciados". *El País*, 18 de octubre de 1993.

CORIA, Javier (2014). "Entrevista a Manuel Delgado". *Público*, 25-06-2014. Edición online: <http://www.publico.es/politica/manuel-delgado-tendremos-elegir-nacionalistas.html>

DERY, Mark (1990). "The Merry Pranksters And the Art of the Hoax". *The New York Times*. Edición online: <http://www.nytimes.com/1990/12/23/arts/the-merry-pranksters-and-the-art-of-the-hoax.html>

DEWEY, Caitlin (2016). "Facebook fake-news writer: 'I think Donald Trump is in the White House because of me'". *The Washington Post* (17-11-2016). Edición online: <http://wpo.st/DAoO2>

DONCEL, Luis (2016). "Alemania teme una guerra de propaganda y cibernética rusa". *El País* (4-12-2016). Edición online: [http://internacional.elpais.com/internacional/2016/12/02/actualidad/1480690108\\_569331.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2016/12/02/actualidad/1480690108_569331.html)

ELLIOTT, Philip (2016). "Everything We Know About the Latest James O'Keefe Video Sting". *Time* (18-10-2016). Edición online: <http://ti.me/2dyYfYL>

ENDRES, Fiona (2016). "Sobre cómo Trump se beneficia de las falsas noticias". *El País* (15-09-2016). Edición online: [http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/15/actualidad/1473933456\\_840151.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/15/actualidad/1473933456_840151.html)

"Entretien avec William Karel" (2004). Internet Archive. Edición online: [http://web.archive.org/web/20080206115105/http://www.arte.tv/fr/histoire-societe/Op\\_C3\\_A9ration\\_20lune/William\\_20Karel/385476.html](http://web.archive.org/web/20080206115105/http://www.arte.tv/fr/histoire-societe/Op_C3_A9ration_20lune/William_20Karel/385476.html)

FISK, Robert (2003). "Saddam Statue Scene Staged". *The Independent*, 11-04-2003.

FLOOD, Alison (2016). "'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries". *The Guardian*. Edición online: 15 de noviembre: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>

GUILLÉN, Beatriz (2016). "Facebook incorporará una señal para identificar las noticias falsas". *El País* (16-12-2016). Edición online: [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/12/15/actualidad/1481826281\\_662486.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/12/15/actualidad/1481826281_662486.html)

GONZÁLEZ SANTIAGO, Laia (2013), "Vuelve al activismo flamenco de Flo 6x8". *Ideal.es*, 06-06-2013. Edición online: [http://www.flo6x8.com/sites/default/files/elideal.es\\_Vuelve%20el%20activismo%20flamenco%20de%20Flo6x8\\_06.06.13.pdf](http://www.flo6x8.com/sites/default/files/elideal.es_Vuelve%20el%20activismo%20flamenco%20de%20Flo6x8_06.06.13.pdf)

JENNINGS, Paul Francis (1948). "Report on Resistentialism". *The Spectator*, 23-04-1948. Reproducido en *The Art of The Prank*: <http://artoftheprank.com/2016/12/30/les-choses-sont-contre-nous-things-are-against-us-happy-new-year/>

LANCASTER, Marie-Jacqueline (1995). "Letter: The man behind Bruno Hat". *The Independent* (7 de octubre de 1995). Edición online: <http://www.independent.co.uk/voices/letter-the-man-behind-bruno-hat-1576365.html>

MACFARQUHAR, Neil (2016). "A Powerful Russian Weapon: The Spread of False Stories". *The New York Times*, 28 de agosto. Edición online: <http://www.nytimes.com/2016/08/29/world/europe/russia-sweden-disinformation.html?ref=europe&r=0>

MAHESHWARI, Sapna (2016). "How Fake News Goes Viral: A Case Study". *The New York Times* (20-11-2016). Edición online: <http://nyti.ms/2eU1n3F>

MANZANO, Darío (2015). "El 40,9% de los españoles no ha leído el Quijote". *ABC*, 07-07-2015. Edición online: <http://www.abc.es/cultura/20150707/abci-encuesta-quiote-cervantes-201507071604.html>

MARZO, J. L. (2007b). "Cuando el truco se ve". *La Vanguardia*, 19-12-2007. Edición online: [http://www.soymenos.net/LVG\\_Magia.pdf](http://www.soymenos.net/LVG_Magia.pdf)

MUÑOZ, Ignasi (2014). "Els fills de puta de Benimaclet: un afer lamentable". *La Veu. Diari digital del País Valencià*, 03-04-2014. Edición online: <http://opinions.laveupv.com/ignasi-munoz/blog/3630/els-fills-de-puta-de-benimaclet-un-afer-lamentable-per-igansi-munoz>

NAURECKAS, Jim (1991). "Gulf War coverage: The worst censorship was at home". *Fairness&Accuracy in Reporting*. Edición online: <http://fair.org/extra/gulf-war-coverage/>

OLIVEIRA, Thais (2016). "Artistas de várias áreas criam heterônimos com personalidade forte". *Hoje em dia*. Edición online: <http://hojeemdia.com.br/almanaque/artistas-de-várias-áreas-criam-heterônimos-com-personalidade-forte-1.373269>

PAONE, Mariangela (2014). "Un falso cortejo nupcial para burlar las fronteras de la fortaleza Europa". *El País*, 19-5-2014. Edición online: [http://elpais.com/elpais/2014/05/19/planeta\\_futuro/1400510317\\_404145.html](http://elpais.com/elpais/2014/05/19/planeta_futuro/1400510317_404145.html)

SARABIA, David (2016). "Las noticias falsas se convierten en parte de la dieta informativa de Facebook". *Eldiario.es* (15-11-2016). Edición online: [http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/redes\\_sociales/problema-noticias-falsas-Zuckerberg-resolver\\_0\\_580592230.html](http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/redes_sociales/problema-noticias-falsas-Zuckerberg-resolver_0_580592230.html)

SILVERMAN, Craig; ALEXANDER, Lawrence (2016). "How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News". *BuzzFeedNews* (4-11-2016). Edición online: [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm\\_term=.staMyEb3E3#.bop7eVObVb](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm_term=.staMyEb3E3#.bop7eVObVb)

SNODDY, Raymond (2005). "Show that sparked a riot". *BBC NewsWatch* (13 de junio). Edición online: [http://news.bbc.co.uk/newswatch/ukfs/hi/newsid\\_4080000/newsid\\_4081000/4081060.stm](http://news.bbc.co.uk/newswatch/ukfs/hi/newsid_4080000/newsid_4081000/4081060.stm)

VELÁZQUEZ, Jaime (2016). "Buscando la verdad en las redes sociales". *Ahora* (09-09-2016). Edición online: <https://www.ahorasemanal.es/buscando-la-verdad-en-las-redes-sociales>

VERHOFSTADT, Guy (2017). "La guerra híbrida de Rusia contra Occidente". *El País* (6-1-2017). Edición online: [http://elpais.com/elpais/2017/01/06/opinion/1483725197\\_572402.html](http://elpais.com/elpais/2017/01/06/opinion/1483725197_572402.html)

ZIMMER, Ben (2010). "Truthiness". *The New York Times Magazine* (Online edition) (13-10-2010) Edición online: <http://www.nytimes.com/2010/10/17/magazine/17FOB-onlanguage-t.html>

## SITIOS WEB

---

### WEBS DE ARTISTA (CASOS DE ESTUDIO)

ABEL, Alan: <http://alanabel.com/>  
<http://abelraisescain.blogspot.com.es/>

CARRASCO, Nuria: <http://nuriacarrasco.com>

CARREÑO, Montse; MUÑOZ, Raquel: <http://lascajaschinas.net>

DARDANYA, Pep: <http://www.pepdardanya.com>

DIGGS, Peggy: <http://web.williams.edu/humanities/pdiggs/index.html>

Fontcuberta, Joan: <http://www.fontcuberta.com>

LAURETTE, Matthieu: <https://www.consonni.org/es/producciones/2000-el-gran-trueque-matthieu-laurette>

LOPEZ CUENCA; Rogelio: <http://www.lopezcuenca.com>

LLOSA, Claudia (2010). *El Niño Pepita*:  
<https://www.youtube.com/user/elniņopepita>

LUTHER BLISSETT: <http://www.lutherblissett.net>

MARZO, Jorge Luis: <http://www.soymenos.net>

MARZO, J. L.; RODRIGUEZ, Arturo (2013). *Videocracia. Ficción y política*:  
<http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-del-ccb-videocracia-ficcion-politica/1670168/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=mqXTtpEeotk>

MATTES, Eva y Franco: <http://0100101110101101.org>

NATELLA, Andrea: <http://www.andreanatella.it>  
<http://www.thisman.org>  
<https://www.facebook.com/thisman.org>  
<http://www.guerrigliamarketing.it>  
<http://00kk.tumblr.com>

OSPINA, Luis: <http://www.luisospina.com>

PASSION & AQUASSION: <http://torneopassion.wordpress.com/passion-1977/>

PAZOS, Carlos: <http://www.carlospazos.com>

SÁNCHEZ BLANCO, Domingo: <http://contuberniocanibal.blogspot.com.es>

SKAGGS, Joey: <http://www.joeyskaggs.com>  
<http://pandoras-hope.com>

TAKALA, Pilvi: <http://www.pilvitakala.com>

THE YES MEN: <http://yeslab.org>

TRUJILLANO, Guillermo: <http://guillermotrujillano.net>  
<http://www.youtube.com/watch?v=aV-7G-3ZOSs>

## OTROS PROYECTOS REFERENCIADOS

---

BEARD, Mark: <http://clampart.com/2012/02/mark-beard/>

ESCUDERO, César: [https://escuderoandaluz.com/2012/08/05/tenia\\_simbionte/](https://escuderoandaluz.com/2012/08/05/tenia_simbionte/)

HAEUSSLER, Iris: <http://haeuessler.ca/amber/index.html>

JETLAG TRAVEL GUIDE: <http://www.jetlagtravel.com>

KAHN, Nicholas; SELESNICK, Richard (2007). *Eisbergfreistadt*:  
<http://www.eisbergfreistadt.com>

LARAMÉE, Eve Andrée (2016): <http://home.earthlink.net/~wander/>

LES LIENS INVISIBLES: <http://www.lesliensinvisibles.org>

LYONS, Beauvais: <http://web.utk.edu/~blyons/>

MAILLET, Eric (2006). *Générateur de Critique d'Art*:  
<http://kizuchi.free.fr/articles.php?pg=art24>

MONTILLA, Julia (2004). *Double Feature*:  
<http://www.juliamontilla.com/publications/double-feature-/>

*On the Bride's Side* (2013): <http://www.iostoconlasposa.com/en/>

Proyecto *Fake*, MUSAC (2008):  
<http://musac.es/idioma0/exposiciones/expo/?id=6246>

SCCPP (2004): <http://www.sindominio.net/fiambrera/sccpp/>

SHAW, Jim: <http://fictive.arts.uci.edu/o-ism>

SHVARTS, Aliza: <http://www.alizashvarts.com/ASIS/...html>

THE INSTITUTE FOR CENTRIFUGAL RESEARCH (Tim Nowak):  
<http://www.icr-science.org>

THE INSTITUTE FOR THE STUDY OF PERPETUAL EMOTION:  
<http://archive.turbulence.org/studios/rumor/emotion/index.html>

THE INSTITUTE OF MILITRONICS AND ADVANCED TIME  
INTERVENTIONALITY (Rosalind Brodsky):  
<http://ensemble.va.com.au/tableau/suzy/index.html>

THE INTERNATIONAL CORPORATION OF LOST STRUCTURES (Suzanne  
Treister): <http://www.icols.org/pages/MainFrame.html>

*The Postmodern Generator*: <http://www.elsewhere.org/pomo/>

THE REPUBLIC OF TALOSSA: <http://www.kingdomoftalossa.net/index.cgi>

VVORK: <http://www.vvork.com/?m=200609&paged=1>

## HISTORIA DEL FAKE Y DE LA VEROFICCIÓN

LAFARGE, Antoinette (2007). *Fictive Art*: <http://fictive.arts.uci.edu>  
<http://www.forger.com/index.html>

*Museum of Hoaxes*: <http://hoaxes.org>

*The Art of the Prank*: <http://artoftheprank.com>

*The Influencers*: <http://theinfluencers.org>

## MISCELANEA

---

Ciclo de conferencias sobre lo falso. Institut d'Humanitats de Barcelona (CCCB), noviembre de 2007 y enero de 2008. Dirección: Enrique Lynch. Participantes: Arcadi Espada, José Enrique Ruiz-Domènec, Jorge Wagensberg, Enrique Lynch, Fernando Savater, José Luis Brea y Román Gubern: [http://www.cccb.org/institut\\_humanitats/arxiu/arxiu.htm](http://www.cccb.org/institut_humanitats/arxiu/arxiu.htm)

English Oxford Dictionaries: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

Recursos creados para la detección de noticias falsas:

<https://www.poynter.org>

<http://hoaxy.iuni.iu.edu>

<http://storyful.com>

<https://www.tineye.com>

<https://twitter.com/firstdraftnews>

Ver también blogs como <http://fakeologist.com>

TELE 5 (2007). Programa "El buscador en ARCO":  
<https://www.youtube.com/watch?v=Pj4MVtoNWZc>



RECURSOS ANEXOS: **CASOS DE ESTUDIO**

---



## CASOS DE ESTUDIO

### RELACIÓN

- 1- Gobierno nacionalsocialista alemán: *Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos*, 1944.
- 2- Carlos Pazos: *The Floor of Fame* (El suelo de la fama), 1978.
- 3- Guillermo Trujillano: *Llévame al museo, papi*, 2006.
- 4- Eduardo Costa, Raúl Escari, Roberto Jacoby: *Arte de los medios de comunicación. Happening para un jabalí difunto*, 1966.
- 5- Joan Fontcuberta y Pere Formiguera: *Fauna*, 1985-1987.
- 6- Donald Goodes y Anne-Marie Léger: “The Weirdness Installation”: segundo capítulo de *Each & Everyone of You*, 1997.
- 7- Montse Carreño y Raquel Muñoz: *Las cajas chinas*, 2011.
- 8- Octavi Comeron: *La balada del valor de uso*, 2011-2012.
- 9- Isidoro Valcárcel Medina, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco: *IVM Oficina de Gestión*, 1994.
- 10- Max Aub: *Jusep Torres Campalans*, 1958.
- 11- Lucas Ospina: *Comando Arte Libre S-11*, 2008.
- 12- Paul Jordan-Smith: *Pavel Jerdanowitch*, 1924-1927.
- 13- Alan Abel: *Abel Raises Cain*, 2008.
- 14- Joey Skaggs: *Pandora’s Hope* (La esperanza de Pandora), 2013.
- 15- Miguel Ángel Martín, Manuel Delgado: *Golpe de estado en Rusia*, 1991.
- 16- Orson Welles y The Mercury Theatre: *War of the Worlds* (La guerra de los mundos), 1938.
- 17- Ztohoven: *Atomic explosion - mushroom cloud in a public TV broadcast* (Explosión atómica – nube de hongo en una emisión pública de TV).
- 18- Claudia Llosa: *El Niño Pepita*, 2010.
- 19- Eva y Franco Mattes: *Darko Maver*, 1998-1999.
- 20- Luther Blissett: *Harry Kipper + Viterbo*, 1994-1997.
- 21- The Yes Men: *Dow Chemical*, 2004.

- 22- Rogelio López Cuenca: *Décret no 1*, 1992.
- 23- Vít Klusák y Filip Remunda: *Český sen (El sueño checo)*, 2004.
- 24- Miguel Calderón: *México vs Brasil*, 2004.
- 25- Pep Dardanyà: *Consulado 5.1*, 2003.
- 26- Isidoro Valcárcel Medina: *¿Es mailing mail-art?*, 1992.
- 27- William Karel: *Opération Lune (El lado oscuro de la luna)*, 2002.
- 28- Jorge Luis Marzo y Arturo 'fito' Rodríguez: *Videocracia. Ficción y política*, 2012.
- 29- Antonio Martínez Ron: *National Geographic destapa el fraude de Stonehenge*, 2009.
- 30- Luis Ospina: *Un tigre de papel*, 2007.
- 31- Joan Fontcuberta: *Sputnik*, 1997.
- 32- Peter Jackson y Costa Botes: *Forgotten Silver (La verdadera historia del cine)*, 1995.
- 33- Agustín Parejo School: *Lenin Cumbe*, 1992.
- 34- Eva y Franco Mattes: *No Fun*, 2010.
- 35- Passion D. I.; Aquassion: *Sin título*, 1977-1979.
- 36- Matthieu Laurette: *Le Grand Troc (El gran trueque)*, 2000.
- 37- Andrea Natella: *¿Has soñado con este hombre?*, 2006.
- 38- Preiswert Arbeitskollegen (Sociedad de Trabajo no Alienado): *Ha llegado la hora del saqueo*, 1995.
- 39- Cildo Meireles: *Inserções em circuitos ideológicos (Inserciones en circuitos ideológicos); Proyecto Coca-Cola y Proyecto Cédula*, 1970-1975.
- 40- Peggy Diggs: *The Domestic Violence Milkcarton (El cartón de leche de la violencia doméstica)*, 1991-1992.
- 41- Domingo Sánchez Blanco: *Todo es sospechoso*, 2003.
- 42- Pilvi Takala: *Real Snow White*, 2009.
- 43- Selección de Euskadi de Arte de Concepto (SEAC): *Acción de presentación*, 1994.
- 44- Nuria Carrasco: *KALAS*, 2014.
- 45- Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell: *Fills de puta*, 2014.

<b>Nº 1</b>	
TITULO	<i>Theresienstadt. El Führer da una ciudad a los judíos</i>
AUTOR	Gobierno nacionalsocialista alemán: Schutzstaffel (SS) o “Escuadras de defensa”
FECHA	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: colmado, 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 mortandad 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, aún 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.

Escribió Adolf Hitler en su libro *Mein Kampf* (Mi lucha):

“Una gran mentira siempre encierra una cierta fuerza de credibilidad; porque siempre se corrompe más fácilmente a las grandes masas de una nación en los estratos más profundos de su naturaleza emocional que conscientemente o voluntariamente; y así, en la simplicidad primitiva de sus mentes, caen víctimas más de la gran mentira que de la mentira pequeña, ya que ellos mismos a menudo cuentan mentiras pequeñas en asuntos pequeños pero se avergonzarían de recurrir a falsedades de gran envergadura. Nunca entraría en

sus cabezas fabricar falsedades colosales, y no creerían que otros pudieran tener el descaro de torcer la verdad de manera tan infame. Incluso cuando los hechos que demuestran que sea así pueden exponerse con nitidez, todavía dudarán y vacilarán y continuarán pensando que debe de haber alguna otra explicación. Porque la mentira exageradamente descarada siempre deja rastros, aún después de que se haya revelado todo, un hecho que es conocido a todos los mentirosos expertos en este mundo y a todos los que conspiran juntos en el arte de mentir."

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 "gran razón de estado", por la razón de un "relato" que acabará filtrándose en las narrativas empresariales, políticas y culturales. Theresienstadt es el epítome alcanzado en los totalitarismos fascistas y comunistas, pero también en unas democracias capitalistas cuyo orden se basa en la instauración de imágenes-fetichismo 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 básica

BERKLEY, George E. (2002). *Hitler's Gift: The Story of Theresienstadt*. Wellesley (Massachusetts): Branden Books.

SCHIFF, Vera; FURY, Cheryl A. (2012). *The Theresienstadt Deception: The Concentration Camp the Nazis Created to Deceive the World*. New York: Edwin Mellen Press.

MARZO, Jorge Luis (1998d). "La ciencias sociales en su salsa: la guerra". *Film-Historia*, vol. VIII, nº 2-3, pp. 139-151.



<b>Nº 2</b>	
TITULO	<i>The Floor of Fame</i> (El suelo de la fama)
AUTOR	Carlos Pazos
FECHA	1978
LUGAR	Centre Georges Pompidou (París)
MEDIO	Acción en espacio público

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 estatus 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 básica

Web del artista: <http://www.carlospazos.com>

ALBARRÁN, Juan (2012). *Del fotoconceptualismo al fototableau: fotografía, performance y escenificación en España (1970-2000)*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

VV.AA. (2006). *Carlos Pazos. No me digas nada*. Madrid-Barcelona: MNCARS, MACBA, ACTAR.

RAMÍREZ, Pablo (1994). "Sólo para veteranos y nuevos fans". En *For C. P. Fans Only*. Valencia: Sala Parpalló.

<b>Nº 3</b>	
TITULO	<i>Llévame al museo, papi</i>
AUTOR	Guillermo Trujillano
FECHA	2006
LUGAR	Santa Coloma de Gramenet, Barcelona
MEDIO	Tele Taxi TV

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 retransmitía 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 prèrs 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 regetón-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 *decalage* 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 subculturas del flamenco y el regetón con la alta cultura representada por el MACBA, Trujillano propuso a los televidentes 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? ¿cuantos cautivados?”

#### Bibliografía básica

Web del artista: <http://guillermotrujillano.net>

YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=aV-7G-3ZOSs>

MARZO, J. L. (2008). “El arte fuera de contexto”. En Barbieri, Mariano; Marchiaro, Pancho (eds). *Buscando señal. Lecturas sobre nuevos hábitos de consumo cultural*. Córdoba (Argentina): Centro Cultural de España, pp. 132-161.

DELGADO, Manuel (2008). “La artistización de las políticas urbanas. El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la ciudad”. *Scripta Nova*, vol. XII, nº 270: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-69.htm>

<b>N° 4</b>	
TITULO	<i>Arte de los medios de comunicación. Happening para un jabalí difunto</i>
AUTOR	Eduardo Costa, Raúl Escari, Roberto Jacoby
FECHA	1966
LUGAR	Buenos Aires (Argentina)
MEDIO	Prensa

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 neobjetualización 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: “Produjeron 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”.

#### Bibliografía básica

COSTA, Eduardo; ESCARY, Raúl; JACOBY, Roberto (1967). “Un arte de los medios de comunicación (manifiesto)”. Reeditado en MASOTTA, Oscar (ed.) (1967). *Happenings*. Buenos Aires: Jorge Álvarez.

ROSENBERG, Harold (1969). “Art and Words”. *The New Yorker*, 29 de marzo de 1969. Reeditado en BATTCKOCK, Gregory (1973). *Idea Art*. Nueva York: E. P. Dutton. p. 157.

VERÓN, Eliseo (2000). “Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado”. *Ramona*, nº 9-10, Buenos Aires, pp. 46-50.

MASOTTA, Oscar (2004). *Revolución en el arte: pop-art, happenings y arte de los medios en la década del sesenta*. Buenos Aires, Edhasa.

CAMNITZER, Luis (2009). *Didáctica de la liberación*. Murcia: Cendeac.

LONGONI, Ana (ed.) (2011). *Roberto Jacoby. El deseo nace del derrumbe. Acciones, conceptos, escritos*. Madrid: La Central, Adriana Hidalgo Editora, MNCARS.



Nº 5	
TITULO	<i>Fauna</i>
AUTOR	Joan Fontcuberta y Pere Formiguera
FECHA	1985-1987
LUGAR	Museos
MEDIO	Exposición

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 beneficio 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 lo documental 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 azoró 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 [...]”.

#### Bibliografía básica

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

FONTCUBERTA, Joan (1997a). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.

-(1997b). *Sputnik*. Madrid: Fundación Arte y Tecnología.

-(1997c). *Fauna*. Gotinga: European Photography.

-(1998). *Ciencia y fricción. Fotografía, naturaleza, artificio*. Murcia: Mestizo.

-(2009). *Santa Inocencia*. Albarracín: Fundación Santa María de Albarracín.

-(2013). *Camouflages*. París: Maison Européenne de la Photographie, Gustavo Gili.

-(2016). “Desfosilizar la verdad”. En MARZO, J. L. (ed.). *Fake. No es verdad, no es mentira*. València: Institut Valencià d’Art Modern, pp. 88-103.

<b>Nº 6</b>	
TITULO	“The Weirdness Installation”: segundo capítulo de <i>Each &amp; Everyone of You</i>
AUTOR	Donald Goodes y Anne-Marie Léger
FECHA	1997
LUGAR	Banff Centre for the Arts (Canadá)
MEDIO	Vídeo – TV por cable

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 las premisas 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 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 básica

MARZO, J. L. (2002c). *En el lado de la TV*. Castelló: Espai d’Art Contemporani de Castelló.

<b>Nº 7</b>	
TITULO	<i>Las cajas chinas</i>
AUTOR	Montse Carreño y Raquel Muñoz
FECHA	2011
LUGAR	Dafen (China) y Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)
MEDIO	Pintura / Acción

*Las 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 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 privilegia 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”.

#### Bibliografía básica

<http://lascajaschinas.net>

CARREÑO, Montse (2015). *F(r)icciones con lo real. Las cajas chinas*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

<b>Nº 8</b>	
TITULO	<i>La balada del valor de uso</i>
AUTOR	Octavi Comeron
FECHA	2011-2012
LUGAR	Nau Estruch (Sabadell) y Agencia Tributaria
MEDIO	Instalación y relación epistolar

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 grabada 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 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.

#### Bibliografía básica

COMERON Octavi (2007a). *La Fábrica Transparente. Arte y trabajo en la época postfordista*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

-(2007b). *Arte y Postfordismo. Notas desde la Fábrica Transparente*. Madrid: Fundación Arte y Derecho, Trama Editorial.

BADIA, Teresa; MARZO, Jorge Luis; MASÓ, Joana (eds.) (2014). *No es lo más natural. Escritos y trabajos de Octavi Comeron (1965-2013)*. Barcelona: BAU.

<b>Nº 9</b>	
TITULO	<i>IVM Oficina de Gestión</i>
AUTOR	Isidoro Valcárcel Medina, en colaboración con Trinidad Irisarri y Daniela Musicco
FECHA	1994
LUGAR	Galería Fúcares, Madrid
MEDIO	Instalación

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 “artistas” 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-subservención 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 funcional 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.

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-medar* o *des-medar* el sentido y orientación de las relaciones sociales y políticas cuando éstas son impulsadas por el arte.

#### Bibliografía básica

VALCÁRCEL MEDINA, Isidoro; IRISARRI, Trinidad; MUSICCO, Daniela (1994). *I.V.M. Oficina de Gestión. Proyectos, propuestas, promociones, programas y prospecciones*.

DÍAZ CUYÁS, José (2002). *Ir y venir de Valcárcel Medina*. Barcelona: Fundación Tàpies.

“Isidoro Valcárcel Medina, selección de textos, obras y entrevistas al artista” (2004), *S/T*, nº 7, pp. 307-361.

<b>Nº 10</b>	
TITULO	<i>Jusep Torres Campalans</i>
AUTOR	Max Aub
FECHA	1958
LUGAR	Ciudad de México
MEDIO	Literatura / pintura

“Copia es copia, y como tal se vende [...] Pero ‘fabricar’ originales tiene otro nombre”, le espeta 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*?

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 dónde 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, quien 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 Gouncourt 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 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).

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.

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

### Bibliografía básica

AUB, Max (1970). *Jusep Torres Campalans*. Barcelona: Lumen.

HUICI, Fernando (ed.). *Jusep Torres Campalans. Ingenio de la vanguardia*. Madrid: MNCARS.

FERNÁNDEZ, Dolores (2002). *La imagen literaria del artista de vanguardia en el siglo XX: Jusep Torres Campalans*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

IRIZARRY, Estelle (1979). *La broma literaria en nuestros días: Max Aub, Francisco Ayala, Ricardo Gullón, Carlos Ripoll, César Tiempo*. Nueva York: Eliseo Torres&Sons.

LONDERO, Eleanor (1995). “Max Aub y la invención de una academia española”. En GRILLO, Rosa Maria (ed.). *La poetica del falso: Max Aub tra gioco ed impegno*. Salerno: Università di Salerno.



<b>N° 11</b>	
TITULO	<i>Comando Arte Libre S-11</i>
AUTOR	Lucas Ospina
FECHA	2008
LUGAR	Bogotá (Colombia)
MEDIO	Acción/medios de comunicación

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 encerraron 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 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 retrato 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 (y que al menos tuvieron la engañosa suerte de morir como próceres de la Patria). Sin distingos de ninguna especie invitamos a la audiencia a que nos lancemos a recorrer los caminos de “Los desastres de la Guerra”, en lucha por la segunda y completa independencia. Interpretamos al arte cuando recuperamos 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 ponerla 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 Abad 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 estados 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.

### Bibliografía básica

MARTÍN, Alejandro (2012). “El proceso a Lucas Ospina”, *Esfera Pública*, revista online: <http://esferapublica.org/nfblog/el-proceso-a-lucas-ospina/>

<b>Nº 12</b>	
TITULO	<i>Pavel Jerdanowitch</i>
AUTOR	Paul Jordan-Smith
FECHA	1924-1927
LUGAR	New York's Exhibition of the Independents at the Waldorf-Astoria
MEDIO	Exposición - Pintura

*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 desmayo 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.*

#### Bibliografía básica

JORDAN-SMITH, Paul (1960). *The road I came. Some recollections and reflections concerning changes in American life and manners since 1890*. Caldwell (Idaho): Caxton Printers.

<b>Nº 13</b>	
TITULO	<i>Abel Raises Cain</i>
AUTOR	Alan Abel
FECHA	2008
LUGAR	Vídeo
MEDIO	Vídeo y TV

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 divertirse. 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.

#### Bibliografía básica

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



<b>Nº 14</b>	
TITULO	<i>Pandora's Hope</i> (La esperanza de Pandora)
AUTOR	Joey Skaggs
FECHA	2013
LUGAR	Cine
MEDIO	Cine y vídeo

*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 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 status 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 básica

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>

DERY, Mark (1993). *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs*. Open Magazine Pamphlet Series, nº 25.

HUTCHEON, Linda (1994). *Irony's Edge: The Theory and Politics of Irony*. London: Routledge.

-(1995). *A Poetics of Postmodernism*. London: Routledge.

<b>Nº 15</b>	
TITULO	Miguel Ángel Martín, Manuel Delgado
AUTOR	<i>Golpe de estado en Rusia</i>
FECHA	1991
LUGAR	Barcelona
MEDIO	TVE-Catalunya (Programa “El Camaleó”)

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 media noche 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 camino 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 básica

SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat.

GUARDIOLA, Ingrid (2012). "Nuevos formatos en la ficción televisiva". En FRANCÉS, Miquel; LLORCA, Germán (eds.). *La ficción audiovisual en España: Relatos, tendencias y sinergias productivas*. Barcelona: Gedisa, pp. 75-105.

<b>Nº 16</b>	
TITULO	<i>War of the Worlds (La guerra de los mundos)</i>
AUTOR	Orson Welles y The Mercury Theatre
FECHA	1938 (30 de octubre)
LUGAR	Columbia Broadcasting System (CBS), Nueva York
MEDIO	Radio

*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 18° y la mínima de 9°.*

*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 de 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 ventriloquial 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, creémoslas 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”.

**Addenda:** 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 básica

BRAD SCHWARTZ, A. (2015). *Broadcast Hysteria: Orson Welles's War of the Worlds and the Arts of Fake News*. New York: Hill and Wang.

GOSLING, John (2009). *Waging The War of the Worlds: A History of the 1938 Radio Broadcast and Resulting Panic*. North Carolina: McFarland.

KLEMETZ, Henrik (1997). “La tragedia de Radio Quito”. *Radio World International*: <http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm>

<b>Nº 17</b>	
TITULO	<i>Atomic explosion - mushroom cloud in a public TV broadcast (Explosión atómica – nube de hongo en una emisión pública de TV)</i>
AUTOR	Ztohoven
FECHA	2007 (17 de junio)
LUGAR	CT2 - Televisión pública checa
MEDIO	Televisión

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 básica

<http://theinfluencers.org/ztohoven>

BRUSADIN, Bani (2015). “Asalto a la comunicación. Una redefinición del *fake* como práctica artística activista en la sociedad de la información”. *Barcelona, Research, Art, Creation*, 3(3), pp. 233-255.



<b>N° 18</b>	
TITULO	<i>El Niño Pepita</i>
AUTOR	Claudia Llosa
FECHA	2010
LUGAR	Lima (Perú)
MEDIO	Vídeo

“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 *verité* 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 (N<sup>a</sup> Sra. de Altagracia, la Virgen de Guadalupe, la de Chiquinquirá, la de la Caridad del Cobre, N<sup>a</sup> Sra. de Luján, la Virgen del Mar o N<sup>a</sup> 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 esta, 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 vídeo 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 básica

Canal YouTube de *El Niño Pepita*: <https://www.youtube.com/user/elniñoepita>

BADIA, Tere; MARZO, J. L. (2010). *El d\_efecto barroco. Políticas de la imagen hispana*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

MARZO, J. L. (2011). *La memoria administrada. El barroco y lo hispano*. Madrid: Katz.

<b>N° 19</b>	
TITULO	<i>Darko Maver</i>
AUTOR	Eva y Franco Mattes (0100101110101101.org)
FECHA	1998-1999
LUGAR	Italia
MEDIO	Medios de información

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 la 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 Anaphoragenetica", 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 contruidos 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 sí mismo cuando habla en propia persona. Dale una máscara y te dirá la verdad”.

#### Bibliografía básica

Web de artista: <http://0100101110101101.org>

QUARANTA, Domenico (ed.). *Eva and Franco Mattes*. Milán: Charta.

<b>N° 20</b>	
TITULO	<i>Harry Kipper + Viterbo</i>
AUTOR	Luther Blissett
FECHA	1994-1997
LUGAR	Italia
MEDIO	Medios / TV (RAI 3)

“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 huidos 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 psicogeográficos, 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 efectivas 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 reclamando 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 vídeo 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 evidencias. 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 básica

LUTHER BLISSETT (1995). "Come fu che Luther Blissett quasi arrivò a 'Chi l'ha visto?'" , *LutherBlissett.net*.

[http://www.lutherblissett.net/archive/033\\_it.html](http://www.lutherblissett.net/archive/033_it.html)

-(1997). "Viterbo: un anno vissuto satanicamente", *LutherBlissett.net*.  
[http://www.lutherblissett.net/archive/173\\_it.html](http://www.lutherblissett.net/archive/173_it.html)

-(2000a). *Mind Invaders. Come fottere i media: manuale di guerriglia e sabotaggio culturale*. Roma: Castelveccchi.

-(2000b). *Pánico en las redes. Teoría y práctica de la guerrilla cultural*. Madrid: Literatura gris.

-(2016). "Perdido, posiblemente muerto". *KIAosfera*, sin fechar:  
<http://www.ain23.com/topy.net/kiaosfera/contracultura/blisset/perdido.htm>

HOME, Stewart (ed.) (1997). *Mind Invaders: A reader in psychic warfare, cultural sabotage and semiotic terrorism*. London: Serpents Tail.

MUCHETTI, Luca (2005). *L'informazione secondo Luther Blissett*. Tesis doctoral. Milán: IULM. Consultable en: <http://muke.altervista.org>

DESERIIS, Marco (2011). "Lots of Money Because I am Many. The Luther Blissett Project and the Multiple-Use Name Strategy". *Thamrys / Intersecting*, v. 21, pp. 65-93.

CANTSIN, N. O. (2010). *A Neoist Research Project*. London: OpenMute.

ÖZDEN, Begüm; KURYEL, Aylin (eds.) (2011). *Cultural Activism: Practices, Dilemmas, and Possibilities*. Amsterdam: Rodopi.



<b>Nº 21</b>	
TITULO	<i>Dow Chemical</i>
AUTOR	The Yes Men
FECHA	2004 (3 de diciembre)
LUGAR	Estudios de la BBC – París
MEDIO	Televisión - Internet

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 atronador. 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 (Mike 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 Mike 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 la 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..

Una parte importante de su trabajo puede contemplarse en los documentales *The Yes Men* (2003), *The Yes Men Fix the World* (2010) y *The Yes Men Are Revolting* (2014).

#### Bibliografía básica

Web de artista: <http://yeslab.org>

HYNES, Maria; SHARPE, Scott; FAGAN, Bob (2007). “Laughing with the Yes Men: The Politics of Affirmation”. *Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 21, nº 1, pp. 107-121.

FRAJ, Elena Gabriela (2015). *Políticas del fake*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

BRUSADIN, Bani (2015). “Asalto a la comunicación. Una redefinición del *fake* como práctica artística activista en la sociedad de la información”. *Barcelona, Research, Art, Creation*, 3(3), pp. 233-255.

<b>Nº 22</b>	
TITULO	<i>Décret nº 1</i>
AUTOR	Rogelio López Cuenca
FECHA	1992
LUGAR	Exposición Universal de Sevilla
MEDIO	Acción – Instalación

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 distinguían 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 Durftiger Zeit?” (para qué poetas en tiempo de necesidad). Otros textos e iconos no transmitían ningún mensaje comprensible (“echargedé”, “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 mero “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 n° 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 básica

Web del artista: <http://www.lopezcuenca.com>

VILLAESPESA, Mar (ed.) (2001). *Obras. Rogelio López Cuenca*. Granada: Diputación de Granada.

<b>Nº 23</b>	
TITULO	<i>Český sen</i> (El sueño checo)
AUTOR	Vít Klusák y Filip Remunda
FECHA	2004
LUGAR	Praga, República Checa
MEDIO	Vídeo - Campaña publicitaria

*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 les 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 Zhotoven (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 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 básica

PUSCA, Anca (2008). "The Aesthetics of Change: Exploring Post-Communist Spaces". *Global Society*, Vol. 22, nº 3, pp. 369-386.

Festival The Influencers, CCCB, Barcelona, 2005:  
<http://theinfluencers.org/cesky-sen>

<b>Nº 24</b>	
TITULO	<i>México vs Brasil</i>
AUTOR	Miguel Calderón
FECHA	2004
LUGAR	Un bar de São Paulo (Brasil) – Bienal de São Paulo
MEDIO	Vídeo

Septiembre de 2004. Un bar de Sao 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, 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 básica

*26ª Bienal de São Paulo. Representações nacionais* (2004). São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo.

MARZO, J. L. (2008). "El arte fuera de contexto". En Barbieri, Mariano; Marchiaro, Pancho (eds). *Buscando señal. Lecturas sobre nuevos hábitos de consumo cultural*. Córdoba (Argentina): Centro Cultural de España, pp. 132-161.

<b>Nº 25</b>	
TITULO	<i>Consulado 5.1</i>
AUTOR	Pep Dardanyà
FECHA	2003
LUGAR	Zwalm (Bélgica)
MEDIO	Acción/instalación

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 Galeria 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 como 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 apropiándose las con la intención de dotarlas de contenidos diferentes y generar una reflexión crítica respecto a su inmutabilidad”.

Bibliografía básica

Web del artista: <http://www.pepdardanya.com>

DARDANYÀ, Pep (2006). "Consulado 5.1". *Roulotte*, nº2.

<b>Nº 26</b>	
TITULO	<i>¿Es mailing mail-art?</i>
AUTOR	Isidoro Valcárcel Medina
FECHA	1992
LUGAR	Madrid
MEDIO	Relación epistolar

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 dosmil 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.

Bibliografía básica

DÍAZ CUYÁS, José (2002). *Ir y venir de Valcárcel Medina*. Barcelona: Fundación Tàpies.

“Isidoro Valcárcel Medina, selección de textos, obras y entrevistas al artista” (2004), *S/T*, nº 7, pp. 307-361.

FONTCUBERTA, Joan (2009). *Santa Inocencia*. Albarracín: Fundación Santa María de Albarracín.

<b>Nº 27</b>	
TITULO	<i>Opération Lune</i> . Título en castellano: <i>El lado oscuro de la luna</i>
AUTOR	William Karel
FECHA	2002
LUGAR	París
MEDIO	TV - Canal Arte France

Partiendo de la noción de "documentira", 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 la oposición política y con el beneplácito del rey Juan Carlos I, había gestado y desarrollado el montaje. Según alguno de los testimonios presentados en el documental, el plan aprobado por el rey pretendía en último término sustituir el Gobierno de Adolfo Suárez por otro de unidad nacional, creando un ficticio golpe de estado para legitimar ante la opinión pública esa medida, plan con el que habrían estado de acuerdo algunos personajes seleccionados de la UCD, el PSOE y el PCE, colaboradores del mismo.

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 cómo 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 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 básica

BARON, Jaimie (2013). *The Archive Effect: Found Footage and the Audiovisual Experience of History*. London: Routledge.

GÓMEZ, Pedro J.; CASAL, Manuel (2015). “Falso documental y retórica: una exploración desde el contenido y sus efectos”. *Opción*, año 31, nº 1 especial, pp. 324-337.

MONTAGUT, Marta; ARAÜNA, Núria (2015). “Entre la indignación y la interpretación lúdica: el diálogo intergeneracional ante el falso documental *Operación Palace*”. *Historia Actual Online*, 38 (3), pp. 131-146.



<b>Nº 28</b>	
TITULO	<i>Videocracia. Ficción y política</i>
AUTOR	Jorge Luis Marzo y Arturo fito Rodríguez
FECHA	2012
LUGAR	Programa “Soy Cámara”
MEDIO	Televisión Española (La 2)

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; tenemos que ganar. Sin que nadie le pidiera opinión, porque para eso los jefes son jefes, uno de ellos me ha dicho: "No te preocupes, estás cabalgando un caballo ganador". Me entraron ganas de recordarle que una cosa es el jinete y otra el caballo, y que el caballo lo pongo yo. La montura es sólo pasajera, pero, como dijo el presidente turco, "la democracia es sólo un tranvía que te lleva a tu destino". Mi destino es ganar, hacer que el caballo se adapte siempre y perfectamente a cualquier jinete. Da igual el país, da igual el candidato. Para mí, una campaña es un tren que me lleva a otra campaña [...]*

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 es 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 *verité* 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 Azpitarte o Domingo Mestre entre otros.

#### Bibliografía básica

MARZO, J. L.; RODRÍGUEZ, Arturo (2008). *Spots electorales. El espectáculo de la democracia en la TV mundial desde 1989*. Madrid: Turner y La Virreina Centre de la Imatge.

RTVE: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-del-cccb-videocracia-ficcion-politica/1670168/>

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=mqXTtpEotk>

<b>N° 29</b>	
TITULO	<i>National Geographic destapa el fraude de Stonehenge</i>
AUTOR	Antonio Martínez Ron
FECHA	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”.*

*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 *Fogonazos*, 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 'magufas' 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 a 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 aquello 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 Maillet 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 reunidos 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 básica

MARTINEZ RON, Antonio (2009a). “National Geographic destapa el fraude de Stonehenge”. Blog *Fogonazos*:

<http://www.fogonazos.es/2009/12/national-geographic-destapa-el-fraude.html>

-(2009b). “Así la lié parda con el hoax de Stonehenge”, Blog *Fogonazos*:

<http://www.fogonazos.es/2009/12/asi-la-lie-parda-con-el-hoax-de.html>

Eric Maillet, *Générateur de Critique d’Art*, 2006:

<http://kizuchi.free.fr/articles.php?pg=art24>

SOKAL, Alan (1996): “Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity”. *Social Text*, nº 46/47, pp. 217-252.

-(2008). *Beyond the hoax: Science, philosophy and culture*. Oxford, UK: Oxford University Press.

*The Postmodern Generator*: <http://www.elsewhere.org/pomo/>

<b>N° 30</b>	
TITULO	<i>Un tigre de papel</i>
AUTOR	Luis Ospina
FECHA	2007
LUGAR	Colombia
MEDIO	Cine/vídeo

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 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)tificado 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 vertebración 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 conducen 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), estas dos últimas exhibidas también en la presente exposición.

### Bibliografía básica

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

OSPINA, Luis (2007). *Palabras al viento: mis sobras completas*. Bogotá: Aguilar.

GÓMEZ, Felipe (2008). “Radiografía de una momia: la verdad y la mentira en *Un tigre de papel* de Luis Ospina”. *Department of Modern Languages*, paper 25, Carnegie Mellon University.

FRENGEL, Dora (2015). “A de Alzate. Autenticidad nominal en una apropiación anacrónica del arte colombiano”. En *Ensayos sobre arte contemporáneo en Colombia 2012–2014*. Bogotá: Ediciones Uniandes, pp. 71-108.



<b>Nº 31</b>	
TITULO	<i>Sputnik</i>
AUTOR	Joan Fontcuberta
FECHA	1997
LUGAR	Museos
MEDIO	Exposición

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, embarazosa 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": "fuentecubierta". 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* narra 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.

### Bibliografía básica

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

FONTCUBERTA, Joan (1997b). *Sputnik*. Madrid: Fundación Arte y Tecnología.  
-(2013). *Camouflages*. París: Maison Européenne de la Photographie, Gustavo Gili.

<b>Nº 32</b>	
TITULO	<i>Forgotten Silver</i> (La verdadera historia del cine)
AUTOR	Peter Jackson y Costa Botes
FECHA	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 a fin de generar un alto de 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 básica

SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; HISPANO, Andrés (eds.). *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción*. Barcelona: Glénat.

GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto Nahum (2007). "La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual". *Zer*, n° 12(22), pp. 301-322.

ROSCOE, Jane; HIGHT, Craig (2001). *Faking it. Mock-documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.

JUHASZ, Alexandra; LERNER, Jesse (2006). *F is for Phony: Fake Documentary and Truths Undoing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

<b>Nº 33</b>	
TITULO	<i>Lenin Cumbe</i>
AUTOR	Agustín Parejo School
FECHA	1992
LUGAR	Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla
MEDIO	Exposición

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 grabaciones 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, camisetas 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 Expo92, APS aprovechó el Quinto Aniversario del “Descubrimiento” de América para producir un 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 local y mediante procedimientos manuales, de la imagen mediática, clónica, tecnológicamente creada y difundida”, y que pinte a menudo sobre el mismo televisor. Y se le invita a España con el objetivo de una futura exposición en Sevilla.

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 Expo92.

### Bibliografía básica

*Agustín Parejo School presenta Lenin Cumbe* (1992). Catálogo de exposición. Sevilla: Junta de Andalucía.

PUJALS, Esteban (1989). "Poética de la renuncia". *Arena*, nº 3, pp. 12-13.  
-(2004). "El arte de la fuga: modos de la producción artística colectiva en España 1980-2000". *Desacuerdos*, nº 1, Arteleku-Centro José Guerrero-MACBA-UNIA, 2004, pp. 152-160.

PARREÑO, José María (2002). *El arte comprometido en España en los años 70 y 80*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

EXPÓSITO, Marcelo (2008). "La imaginación política radical. El arte, entre la ejecución virtuosa y las nuevas clases de lucha". En *Instituto Europeo para Políticas Culturales Progresivas* (EIPCP). Consultable en <http://eipcp.net/transversal/0507/exposito/es>

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

<b>Nº 34</b>	
TITULO	<i>No Fun</i>
AUTOR	Eva y Franco Mattes (0100101110101101.org)
FECHA	2010
LUGAR	Internet
MEDIO	Acción - Internet

*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 narcisistamente 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 impresas 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 básica

Web de artista: <http://0100101110101101.org>

QUARANTA, Domenico (ed.). *Eva and Franco Mattes*. Milán: Charta.

SURMANN, Frauke (2012). "No Fun: Mourning the Loss of Tragedy in Contemporary Performance Art". En AGOSTINHO, Daniela; ANTZ, Elisa; FERREIRA, Cátia (eds.). *Panic and Mourning. The Cultural Work of Trauma*. Berlin: De Gruyter, pp. 263-278.

SÜTZL, Wolfgang; HUG, Theo (eds.) (2012). *Activist Media and Biopolitics. Critical Media Interventions in the Age of Biopower*. Innsbruck: Innsbruck University Press.

<b>Nº 35</b>	
TITULO	Sin título
AUTOR	Passion D. I. (Deportes e Ideas, Conceptuales en la Palestra); Aquassion (Conceptuales en Remojo)
FECHA	1977-1979
LUGAR	Madrid
MEDIO	Acción - Campeonatos regionales de baloncesto y waterpolo

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 el 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, encaminadas 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 centripeta para salir despedido”.

-La competición: “No interesa ganar al contrario, interesa más contagiarle de ciertas actitudes, hacerle partícipe de las jugadas, formal y geoméricamente, 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: fintar o hacer un drible a un jugador del equipo contrario, 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 acostumbrados 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 también. 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 *Dadá*: “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, 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 básica

PARREÑO, José María (1996). “Historia o historieta del arte de acción en Madrid”. En POL, Marta; VALLAURE, Jaime (ed.). *Sin número. Arte de Acción*.

Madrid: Círculo de Bellas Artes.

MARZO, J. L.; MAYAYO, Patricia (2015). *Arte en España, 1939-2015. Ideas, prácticas, políticas*. Madrid: Cátedra.

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/>



<b>Nº 36</b>	
TITULO	<i>Le Grand Troc</i> (El gran trueque)
AUTOR	Matthieu Laurette
FECHA	2000
LUGAR	Canal Bizkaia (Bilbao)
MEDIO	TV

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 media 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 media, 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 básica

VAILLANT, Alexis (1999). "¿No nos hemos visto antes en algún sitio?". *Zehar*, nº 41, pp. 8-17.

<b>Nº 37</b>	
TITULO	<i>¿Has soñado con este hombre?</i>
AUTOR	Andrea Natella
FECHA	Desde 2006
LUGAR	Todo el mundo
MEDIO	Campañas gráficas - Internet

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 le 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 le 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, Sao 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 básica

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>

NATELLA, Andrea (2010). *Guerriglia Marketing, una definizione convenzionale*:

[http://www.kook.it/wp-content/uploads/2010/06/guerriglia\\_marketing.pdf](http://www.kook.it/wp-content/uploads/2010/06/guerriglia_marketing.pdf)

-(2012). *Viral Marketing*. Roma: Kook.

<b>Nº 38</b>	
TITULO	<i>Ha llegado la hora del saqueo</i>
AUTOR	Preiswert Arbeitskollegen (Sociedad de Trabajo no Alienado)
FECHA	1995 (17 de octubre)
LUGAR	Madrid
MEDIO	Vallas publicitarias y El Corte Inglés

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 graffiti 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 graffitis 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 Nómada 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 como agitación en contra del aburrimiento”. El colectivo reclamaba y ocupaba espacios urbanos infrautilizados, además de editar el fanzine *Los Avisos*. También El Purgatori abriría sus puertas en Valencia en 1991 como espacio de agitación cultural.

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, Yo Mango, 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 básica

PUJALS, Esteban (2004). “El arte de la fuga: modos de la producción artística colectiva en España 1980-2000”. *Desacuerdos*, nº 1, Arteleku-Centro José Guerrero-MACBA-UNIA, 2004, pp. 152-160.

WERT, Juan Pablo (2006). “Sobre el arte de acción en España”. En ARTEA; SÁNCHEZ, José Antonio (ed.). *Artes de la escena y de la acción en España: 1978-2002*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 35-56.

*Una historia improbable. Preiswert* (2008). Colección *Estrabismos*, nº 4. Málaga: CEDMA-Diputación de Málaga.

<b>Nº 39</b>	
TITULO	<i>Inserções em circuitos ideológicos</i> (Inserciones en circuitos ideológicos). Proyecto Coca-Cola (1970) y Proyecto Cédula (1975)
AUTOR	Cildo Meireles
FECHA	1970-1975
LUGAR	Brasil
MEDIO	Billetes de cruzeiro y dólar de curso legal, y botellas de Coca-Cola

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 icono 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 Work of Art?” (¿Cuál es el lugar de la obra de arte?).

Para Meireles, “las *Inserciones* sólo existirían en la medida en que fueran más la obra 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 básica

ENGUIITA, Nuria; TODOLÍ, Vicente (eds.) (1995). *Cildo Meireles*. Valencia: Instituto Valenciano de Arte Moderno.

CAMNITZER, Luis (2009). *Didáctica de la liberación*. Murcia: Cendeac.

<b>N° 40</b>	
TITULO	<i>The Domestic Violence Milkcarton</i> (El cartón de leche de la violencia doméstica)
AUTOR	Peggy Diggs
FECHA	1991-1992
LUGAR	Estados Unidos
MEDIO	Diseño de producto

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 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:

*In 1987, moved by the growing battered women's movement, I read Angela Browne's powerful book, When Battered Women Kill. I proceeded to do research toward a vaguely perceived project about domestic violence through extensive reading, interviews with rape counselors, abused women, police, women's advocates, shelter workers, and others. I made a proposal to do a sculptural installation project at the Alternative Museum in NYC in 1992, and it was accepted.*

*Through the warden of the women's prison in the state of Rhode Island I interviewed two women imprisoned there for killing their abusers. One of them said, "I gather you're going to be making sculptures and paintings or something for the show?" And I said yes. And there was a silence and then she said, "Look, do you want to do something real for people like me before something horrible happens again to them? Most people who are in extreme situations like I was aren't even allowed to leave the house, much less see a gallery show. So if I were you, I would do a project that goes to places or can be seen in places that a woman who is being very badly abused might be able to go. That would be the grocery store. My abuser felt it was a really feminine thing to go to the grocery store. So he would drive me there, sit in the parking lot with the engine running, and I had to go in and do the shopping quickly and then leave. And then we'd go home." She said as a result of these weekly outings, the grocery store was a really important site for information for her, for women in general.*

*I asked, "Well, what are you thinking of?" And she said, "If I were you, I would approach bakeries, cigarette companies, and dairies, to see if they couldn't get a message on bread, or cigarettes, or milk cartons." Because of the precedent of putting pictures of disappeared children on milk cartons, I decided to go that route.*

*I did four designs, sent them to the woman in prison, and then sent them to eight dairies. These were all in the New York City area because I wanted to get wide urban coverage. Remember, this was before computers, so the dairies would write back, or I'd follow up with phone calls, and they said, "Thanks very much, but we're not interested." Tuscan Dairy, based in Union, NJ, was one of them, and I asked, "Could you please tell me why this is something you don't want to do?" And they said, "We don't want to scare our customers. We don't want to have them put something on the table that would be awkward for the family or that children might ask fearful questions about."*

*I thought, "Ah, so that's it." So I did some other drawings and sent those on to Tuscan and they said, "Okay, we're interested in taking this to the committee. This looks interesting. We do pride ourselves in getting into important social issues." And, they said, "You're going to have to get an 800 [toll-free telephone] number to put on the carton, because we have to provide aid to people, not just make them aware." So I said okay and went looking for a 1-800 number.*

*I learned that Tuscan sold its milk in six states, which was unusual. Most dairies just sell locally. I was going to need not just a hotline number for a single state but rather the national hotline. I found that it was based in Chicago; I called up, and spoke to the director, and she said, "Send me the images and I will go to the owners." I said, "Owners?" And she said, "Yeah. Johnson & Johnson owns the hotline number."*

*Tuscan took it to their committee while she sent the designs to Johnson & Johnson. J&J wrote back and said, "This is pretty scary stuff. We've got to think about it some more." I said, "Wait a second. What's the point of a national domestic violence hotline number if you don't use it? And here's a way of getting it out into six states. I don't understand."*

*Then I heard back from Tuscan, and they said, "Thanks very much for your interest but we're not going to do this. Good idea, but good luck on finding another dairy. Bye." Really quickly. That was it.*

*I called the hotline woman back up and was told that Johnson & Johnson did approve our use of the number. When I told her that Tuscan had turned down the project, she said, "Ah hah. Well, this is not over." I asked what she meant. "What it means is there's an abuser on the committee." So she said what we're going to have to do is to get serious about this. Her recommendation is one of the best art lessons that I ever got: "Everybody knows that if you deal with an artist, you are dealing with a*

*lone kooky person. And it's easy to say no to them because they are kind of eccentric, and they live on the margins and nobody is going to be the wiser than you said no to them. So you are going to have to blow out of that stereotype. What you're going to do is send a letter to all of the coalitions against domestic violence in all six states. And there are a number of them in each state. Show them all of the drawings, write them a letter, and ask them to send you a letter of support for the project. And then bombard the dairy with all of those letters." I thought this was amazing. Working with others in the arena concerned with my subject turned out to be exactly the way to increase the movement and the viability of the project. I've worked like this ever since.*

*I spent three months writing letters; remember, it all had to go by mail. Everybody said, "Yes, absolutely! We support this project!" I asked all of them to send the letters directly to me so that I could send them as a bundle to Tuscan. I even got a letter from an abuser, who wouldn't sign his name, but he indicated that this project was important to do because his wife had found a sign for a shelter in a grocery store that allowed his family to start working out their difficulties.*

*I sent the bundle to Tuscan and wrote, "I would like for you to reconsider the proposal because of this support and I will call you in a week."*

*I called the Tuscan representative the next week. He said, "All right, we'll do the project but we'll do it just for a couple of weeks and we'll use the simplest image. And I want to let you know that we are not at all happy about all the phone calls that we got. That was really over the top." I said, "Excuse me?" "It wasn't just the letters," he said. "It was the phone calls that followed up!" I said, "I do not know what you are talking about." He said, "All of those people who sent letters also did follow-up phone calls and threatened to boycott the dairy unless we did the project." The coalitions were playing hard-ball. They knew what was required to get something done. So if women in six states threaten to boycott, you go ahead and do what they want. So the dairy did. We did the project in New York City and New Jersey, 1.5 million cartons. It did not, unfortunately, go out into six states.*

*Before the cartons were printed, I sent the image they'd chosen to the prisoner who had provided the idea. I asked her, "Is this even worth doing? This one they chose is so bland. What do you think?" She wrote back and said, "Absolutely it's worth doing. One thing you have to realize about someone being abused is that, unlike other people, they have their antennae out, always, for signs of violence or signs of help. So they will see this in a way that people who are not abused will not see it." She said, "I understand why the dairy would want this one. It would be easy for parents to answer questions that children might ask. However, an abused woman would know exactly what it's all about and would save the number just the way that you want. You're sneaking help into her house." That, to me, was the reason to get the project out of the gallery and take it out to*

*the audience who may most need to see it.*

*The project got good press: the morning talk shows, The NY Times, MS. Magazine, Glamour Magazine, and it appeared in syndicated stories throughout the country and in Canada. After the cartons hit the grocery shelves, I called my contact at the National Hotline. She told me again that women in violent settings will often hide phone numbers that they may have to use. Because everything seems risky and any move away from the abuser could lead to further violence, she is very cautious. So the number on the carton may be held for months, she told me. But yes, their phone calls from the area had indeed increased, but the bad news was that Johnson & Johnson were pulling their support for the hotline (not because of this project), so it would be taken over by someone else—and the hotline number, of course, would change. Six months later, I called Tuscan and asked how the project worked from their experience; they said that it was fabulous because women who were not abused saw them as advocates for women, so their support of the project made sales go up.*

**Epilogue:** *Time passed. In the summer of 1994, I was invited to participate in a conference on domestic violence in Washington D.C. Before I went, I received a request to testify on Capitol Hill before the Subcommittee on Crime and Criminal Justice of the House Committee of the Judiciary. [U.S. Senator at the time] Joe Biden's Violence Against Women Act was coming up again for discussion and for voting. They wanted me to talk about the Domestic Violence Milk Carton Project in an effort to help educate the Committee members about the nature of domestic violence. I did go and spoke at "Domestic Violence: Not Just A Family Matter", June 30, 1994; Hon. Charles E. Schumer, Chairman.*

Elena Fraj ha explorado recientemente este tipo de proyectos. En su opinión, aunque en los años sesenta los *mass media* ya produjeron determinados debates en las prácticas activistas del movimiento por los derechos civiles, es en los años ochenta cuando los medios y el marketing son los elementos influyentes en la esfera pública. Por ello, son susceptibles de ser ocupados por las reivindicaciones activistas, ya que la colonización del espacio público y de los medios de comunicación va de la mano del avance del neo-conservadurismo ideológico y de las políticas neoliberales inspiradas por Milton Friedman y expandidas por Ronald Reagan y Margaret Thatcher. Muchos de los colectivos de artistas activistas estadounidenses del periodo antiglobalización aprenden directamente de las experiencias de los colectivos de la década anterior, como, por ejemplo Diggs, Group Material, Artist and Homeless Collaborative, Condé Beveridge, David Ávalos, Louis Hock, Elizabeth Sisco, Guerrilla Grills, Lacy, Ukeles o Women Action Coalition.

Nina Felshin, por su parte, resalta la importancia del feminismo en el desarrollo del arte activista contemporáneo porque aporta el desarrollo de nuevas metodologías: "No es de extrañar, por tanto, que las prácticas artísticas de los 70, que hicieron un uso creativo de las metodologías feministas para abordar

críticamente el problema de la autorrepresentación, la toma de conciencia del propio poder y la identidad comunitaria, hayan proporcionado tan importantes precedentes para el activismo contemporáneo”. Para Fraj, el trabajo de Diggs puede ser interpretado también en relación a un diálogo entre los círculos activistas de los setenta y de principios de los noventa, entonces influidos por la cultura *hacker*: la exploración de procedimientos de interrupción de los espacios de consumo. Fue el momento en que Mike Bonanno (posteriormente cofundador de The Yes Men) creó el Barbie Liberation Front (1993) y Andy Bichlbaum la falsa empresa ®Tmark (RTMark), cuyas primeras acciones consistieron en intercambiar los chips entre GiJoe y Barbie, de modo que al presionar al muñeco GiJoe éste decía, con voz de mujer, “quiero ir de compras” y Barbie, por el contrario, con voz de hombre “los hombres muertos no mienten”.

### Bibliografía básica

Página web de la artista: <http://web.williams.edu/humanities/pdiggs/index.html>

FELSHIN, Nina (2011). “Pero, ¿esto es arte? El espíritu del arte como activismo”. En BLANCO, P.; CARRILLO J.; CLARAMONTE J.; EXPÓSITO M. (eds.). *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

FRAJ, Elena Gabriela (2015). *Políticas del fake*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.



<b>Nº 41</b>	
TITULO	<i>Todo es sospechoso</i>
AUTOR	Domingo Sánchez Blanco
FECHA	2003
LUGAR	Nueva York - Barcelona
MEDIO	Acción

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 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 panthers". *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 "conciliábulo" o, por emplear términos más bizarros, 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. *(Recordando al co-piloto de Carlos Sainz: todo a fondo, a la derecha rápido y luego corta, rasss).* Conducción Deportiva. *(Lo dicho y con todos los puntos en el carnet).* Conducción Segura. *(Aquí 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 pillo 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 “panthers” 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 memoración, 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 mítico Chiquiliatre 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 "categorías"*) 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 pregunto por la persona que los seguía a todas partes, Zugazagoitia no fue discreto y le conto 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 el orejas me acople 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, WKL, 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 Jaegger y Camarón, como Ortega y Gasset, como el dúo Pimpinela. Emocionante, enigmático, sospechoso.*)

#### Bibliografía básica

Blog del artista: <http://contuberniocanibal.blogspot.com.es>

BEATRICE, Luca (ed.) (2003). *Domingo Sánchez Blanco*. Bologna: Enrico Astuni.

SÁNCHEZ BLANCO, Domingo (2005). *A destajo, 500 performances en un día*. Murcia: Cendeac.

CASTRO, Fernando (2005). *Domingo Sánchez Blanco*. Valladolid: Fundación Siglo.

<b>Nº 42</b>	
TITULO	<i>Real Snow White</i>
AUTOR	Pilvi Takala
FECHA	2009
LUGAR	Disneyland, París
MEDIO	Acción

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 "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 básica

Web de la artista: <http://www.pilvitakala.com>



<b>Nº 43</b>	
TITULO	<i>Acción de presentación</i>
AUTOR	Selección de Euskadi de Arte de Concepto (SEAC)
FECHA	1994
LUGAR	Obras de construcción del Museo Guggenheim, Bilbao
MEDIO	Acción

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 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 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 ademán, 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” 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 América, 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 básica

MARZO, J. L. (en proceso de publicación). “La SEAC (Selección de Euskadi de Arte de Concepto): La difusa línea que separa al genio del carachorra”. En *SEAC. Selección de Euskadi de Arte de Concepto*. Vitoria: Artium. Puede verse online en: <http://www.soymenos.net/SEAC.pdf>

<b>Nº 44</b>	
TITULO	KALAS
AUTOR	Nuria Carrasco
FECHA	2014
LUGAR	Cartagena de Indias (Colombia)
MEDIO	Acción - Publicación

*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 sustituye la realidad de la élite colombiana por la de la población afrodescendiente de Cartagena de Indias, presentándola exenta 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 Martin 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 artificiosidad 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 Tān, o San Sombrero, pero presentadas con todo tipo de información y recomendaciones al estilo Lonely Planet.

### Bibliografía básica

Web de artista: <http://nuriacarrasco.com>

WERT, Juan Pablo (2014). “Fake, género y coherencia en la obra de Nuria Carrasco”: <http://nuriacarrasco.com/subnuria/?p=185>

*Jetlag Travel Guide*: <http://www.jetlagtravel.com>

Julia Montilla, *Double Feature* (2004):  
[http://www.juliamontilla.com/publications/double-feature-/](http://www.juliamontilla.com/publications/double-feature/)

Proyecto *Fake*, MUSAC (2008):  
<http://musac.es/idioma0/exposiciones/expo/?id=6246>

<b>Nº 45</b>	
TITULO	<i>Fills de puta</i>
AUTOR	Víctor Serna, Sofía Tatay, Pau Rausell
FECHA	2014
LUGAR	Valencia
MEDIO	Vídeo

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 comunión 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 básica

MUÑOZ, Ignasi (2014). “Els fills de puta de Benimaclet: un afer lamentable”. *La Veu. Diari digital del País Valencià*, 03-04-2014. Edición online: <http://opinions.laveupv.com/ignasi-munoz/blog/3630/els-fills-de-puta-de-benimaclet-un-afer-lamentable-per-igansi-munoz>





