

COMUNICACIONES / PAPERS

Señala la línea de investigación del Programa de Doctorado EAPA:

- Arte en la Era Digital
 Investigación en Imagen y Diseño
 Otros:

TÍTULO: Camuflaje. Cómo la impostura y otros juegos de identidad pueden construir imaginación colectiva para el cambio social en la condición post-digital.

Nombre y apellidos del comunicante: **Vanni Brusadin**

Organismo o Institución a la que pertenece: **Universitat de Barcelona**

RESUMEN DE LA COMUNICACIÓN

Una investigación sobre prácticas de camuflaje, tergiversación y engaño como tácticas de comunicación y de narración colectiva. A través de un uso radical de la ficción, el camuflaje provoca ambigüedad y confusión, tensando los mecanismos de la ideología y del control social. Divididos según tres categorías narrativas (“impostores”, “héroes” y “trolls”), los casos de estudio reflejan una amplia variedad de prácticas y contextos que permiten analizar la evolución en el contexto de la sociedad conectada y de las nuevas subculturas digitales. Las experiencias de camuflaje como tácticas de comunicación no convencional y de imaginación radical abren nuevas posibilidades para la eficacia simbólica del arte y su interacción con procesos de subjetivación colectiva.

ABSTRACT

A research about practices of camouflage, subversion and fake as tactics for collective communication and narratives. Promoting a radical use of fiction, camouflage provokes ambiguity and confusion, with the result of straining the mechanism of ideology and social control. Case studies are organized by three narrative categories - “impostors”, “heroes” and “trolls” - and are meant to reflect a wide range of practices and contexts, focusing on how the practice of camouflage as developed in the context of a mass-media-oriented society is being updated in the networked society and in new digital subcultures. The research aims at identifying creative experiences based on camouflage as tactics of non-conventional communication and radical imagination, that define new ways of rebuilding art's once lost symbolic efficacy and interacting with ongoing processes of collective subjectivation.

PALABRAS CLAVE

arte político, eficacia estética, ficción, héroes, trolls.

KEY WORDS

political art, aesthetic efficacy, fiction, heroes, trolls.

En 1968 Abbie Hoffman, portavoz y agitador carismático de la red de activistas del Youth International Party, escribía: “Myth is the mode of simultaneous awareness of a complex group of causes and effects. (...) Myth can never have the precision of a well-oiled machine, which would allow it to be trapped and molded: It must have the action of participation and the magic of mystique. It must have a high element of risk, drama, excitement and bullshit” (Hoffman, 1968, 103). Una interpretación radical de *Understanding Media* de McLuhan encajaba perfectamente con la idea de romper la censura manipulando los propios medios. Las acciones y campañas de los Yippies son inclasificables: lanzar billetes de 1\$ en el medio de la Bolsa de Nueva York, amenazar de difundir de forma descontrolada una misteriosa droga afrodisíaca, o un ataque psíquico que levantaría el Pentágono.

En 1980, en la pequeña ciudad industrial de Trbovlje, en el centro de Eslovenia, entonces parte de la federación socialista de Yugoslavia, el ayuntamiento prohíbe una actuación de un colectivo local con un nombre inquietante: “Laibach”, el nombre en alemán de la capital eslovena Ljubljana, utilizado durante la ocupación alemana en la 2ª Guerra Mundial. Laibach se presentan en el escenario en uniformes militares que recuerdan el uniforme nazi, utilizan como letras de sus canciones partes de discursos oficiales del padre de la patria yugoslava el Mariscal Tito (recién enterrado), adoptan los principios deshumanizantes de la producción industrial y del totalitarismo como fundamentos de su arte: “All art is subject to political manipulation (indirectly - consciousness; directly), except for that which speaks the language of this same manipulation. (...) Laibach adopts the organizational system of industrial production and the identification with the ideology as its work method. In accordance with this, each member personally rejects his individuality” (Laibach, 1982).

En enero de 1995, justamente en la frontera entre Italia y Eslovenia, desaparece misteriosamente Harry Kipper, un artista conceptual inglés, durante su viaje en bicicleta por Europa, supuestamente para escribir con su ruta la palabra “ART” sobre el mapa del continente. Un programa de máxima audiencia de la televisión nacional italiana se interesa por el caso y envía sus reporteros en busca de Kipper, cayendo en la trampa de un extraño colectivo llamado Luther Blissett, que había inventado toda la historia. La de Kipper fue la primera de una serie de burlas y engaños cuyas víctimas principales fueron los medios de comunicación como maquinarias de producción de censura, miedo e histeria colectiva.

Blissett fue un experimento de nombre múltiple, de reputación abierta, que no solamente se convirtió en un curioso caso político-mediático, sino que logró crear una narración colectiva gracias a la participación informal y descentralizada de decenas de activistas y artistas en Italia y en cierta medida en Alemania y España. El Luther Blissett Project acaba en 1999, cuando con un suicidio ritual da por finalizado su “plan quinquenal”.

Estos tres casos son unos referentes clave de la gran variedad de prácticas de camuflaje, tergiversación y engaño utilizadas como tácticas de comunicación y de narración colectiva. Mi investigación empieza allí donde las prácticas de guerrilla de la comunicación influenciadas por la cultura analógica de los medios de comunicación de masas (cf. A.F.R.I.K.A. Gruppe, 1997) evolucionan y comprenden los nuevos retos y nuevas posibilidades de acción creativa en la cultura digital y la sociedad conectada. La explosión del uso social de las redes representa un punto de inflexión irreversible para la circulación de las ideas circulan, su reproducción y la creación de memoria. Y por tanto lo es para la definición misma del campo del arte y del activismo político, así como para las lógicas de funcionamiento de la acción, de la representación simbólica y de la ficción narrativa.

Esta investigación nace de mi experiencia directa como productor cultural independiente que se ha dedicado a estos temas desde el año 2000, colaborando en muchas ocasiones a la realización de algunos de los proyectos objeto de estudio. El objetivo de la investigación es justamente devolver la reflexión teórica al campo de la reflexión práctica y de la enseñanza y el análisis teórico es funcional a la comprensión táctica y estratégica del camuflaje (en el sentido de táctica y estrategia según De Certeau, 1990). Los casos de estudio reflejan la diversidad de proyectos desarrollados en diferentes momentos históricos y en diferentes contextos geoculturales. El objetivo de la investigación es comprender el funcionamiento del camuflaje en contexto, sus puntos de fuerza generales y su anclaje con aspectos teóricos, para que estas prácticas se puedan ir reproduciendo, traducidas y actualizadas a necesidades cada vez nuevas.

Mi definición de *camuflaje* reúne diferentes estrategias creativas basadas en la desconexión entre la identidad individual de sus autores o participantes y la identidad, a menudo controvertida, del sujeto o “entidad” enunciante. Puede consistir en la construcción de personajes ficticios, en la puesta en circulación mensajes sin autor, la creación de acontecimientos inexistentes, la suplantación de identidades, acciones de

sabotaje del funcionamiento de la máquina mediática o la subversión de la normalidad naturalizada en las redes electrónicas. Camuflaje indica no solamente un disfraz, sino un juego de espejos en el que el o la protagonista se funde con el entorno y confunde las expectativas, desplaza los puntos de vista.

Pero ¿de qué manera es posible construir una estrategia de acción y comunicación basada en la ambigüedad constitutiva de las prácticas de camuflaje? ¿Qué implicaciones tiene sobre la construcción de identidad, cómo afecta las dinámicas de la autoría, puede generar algún tipo de subjetividad colectiva? ¿Qué objetivos puede lograr? ¿La estrategia del camuflaje establece alguna relación con los objetivos políticos de grupos o movimientos sociales organizados? ¿O acaso es asimilable a un performance de artista, una provocación simbólica?

Para abordar estas cuestiones es necesario hacer algunas aclaraciones sobre el propio campo de investigación.

1. Es extremadamente complicado marcar una línea de distinción definitiva entre cultura oficial o comercial y prácticas independientes o subculturales, debido a la transformación de las antiguas jerarquías en nuevas estructuras reticulares más complejas. Aún así considero necesario enfocar la análisis sobre prácticas autónomas de producción artística, realizadas por pequeños grupos de acción, colectivos de artistas o hasta usuarios o ciudadanos anónimos fuera del marco reconocible del mundo del arte. Más allá del uso de determinadas técnicas en publicidad o hasta en política, definiendo el punto de vista según el cual el camuflaje puede ser una estrategia de subversión de las estructuras (cuando menos simbólicas) del poder y que pierde eficacia en el momento en que se convierte en mera técnica de propaganda.

2. El camuflaje no es sátira ni parodia. El mecanismo de la ironía no provoca ningún efecto de ruptura, sino al contrario crea una distancia de seguridad, un filtro de cinismo que paradójicamente fortalece el objeto de la sátira y lo mantiene a salvo de un cuestionamiento profundo y radical. Considero la ironía y la simple tergiversación del lenguaje del poder como casos específicos de aquello que Žižek (1989) define como rupturas temporales de la normas ideológicas que justifican las estructuras de poder. El distanciamiento puntual de la norma no solamente no afecta su eficacia, sino forma parte constitutiva del mismo mecanismo ideológico. Las prácticas de camuflaje otorgan a la

ironía una importancia secundaria y de ella hacen un uso instrumental sólo cuando sus estrategias narrativas la requieran.

3. La distinción entre prácticas analógicas y digitales ya no es significativa. La condición del arte es actualmente “post-media” (en el sentido de poder reformular la relación con los intermediarios tradicionales), “transmedia” (utilizar diferentes soportes y medios para construir operaciones complejas) y “postdigital” (en el sentido de que todo el conocimiento ya es potencialmente digital y que la misma experiencia cognitiva y emocional se construye a través de inteligencia y memoria colectivas en la red).

4. La sociedad conectada está asistiendo a una profunda transformación de los mecanismos de la eficacia simbólica de la representación. Entre otros factores al menos dos parecen pertinentes al tema de la investigación: a) el estado de conexión permanente y la sobredosis de información, imágenes y narraciones; b) la velocidad de circulación de las ideas, que supone la facilidad de apropiación de fenómenos espontáneos con fines de propaganda y en general la contaminación constante entre procesos *top-down* y *bottom-up*. Estos son algunos de los factores que están cuestionando abiertamente la eficacia, la autonomía y hasta la legitimidad del arte en la sociedad contemporánea. Mi análisis lidia abiertamente con estas cuestiones. Por esta razón los casos de estudio escogidos salen del territorio protegido del arte y se enfrentan a la complejidad del mecanismo social, interactúan con él, aunque sea de forma experimental, e interpretan y transforman las confusas presiones y estímulos que proceden de la cultura popular contemporánea (en su extraña mezcla de industrial y folklórico, global y local).

Las consideraciones sobre la eficacia plantean uno de los temas clave de la investigación: ¿es posible volver a imaginar un arte “que importe”? Es decir, ¿es posible reconstruir su eficacia simbólica y para qué?

Jacques Rancière (2009) propone refundar la idea de arte político a partir de su capacidad de desarrollar una eficacia “estética”: a diferencia de la lógica artística mimética con su eficacia pedagógica o de la lógica de la inmediatez “archi-ética”, la eficacia de la separación estética es el fruto de una ruptura imprevista, de la sustracción de la cadena mecánica del régimen de causa-efecto de la experiencia. Rancière propone otra definición de arte “crítico”: en vez de intentar fundir lógicas heterogéneas como la de la experiencia estética, de la ficción poética y de los grandes proyectos meta-políticos, el arte crítico

puede conseguir sus objetivos desplazando “las líneas consensuales de lo dado”, hacia una situación o una imagen totalmente inesperada. Este mecanismo simbólico implica el riesgo de no poder garantizar de antemano un efecto preciso y en los tiempos deseados, sin embargo puede llegar a romper la configuración de lo posible y construir nuevas equivalencias. Más que una conclusión, la reflexión de Rancière es un punto de partida interesante para las producciones artísticas politizadas, donde normalmente los tres tipos de eficacia – pedagógica, ética y estética – operan conjuntamente. Por esta razón puede ser útil definir formas de creación que ponen la cuestión de la eficacia al centro de sus operaciones, sin olvidar que algunas de ellas se sitúan en la frontera de lo que actualmente se considera como territorio artístico:

- operaciones con fines explícitamente estéticos, formalizadas a veces como obras o proyectos con autoría definida, que construyen o reconstruyen imágenes y narraciones colectivas, utilizando todo tipo de soporte, formato y lógica (documental, experimentación metalingüística o ficción). Estas “obras” retan la sectorialidad, autoreferencialidad y los marcos tradicionales del arte;
- la acción directa, el así llamado “activismo creativo”, el “teatro invisible” y la ocupación performativa no autorizada del espacio público;
- las acciones comunicativas en el territorio mismo de la propaganda, de las redes sociales, de la multitud de usuarios o consumidores o ciudadanos, como campañas virales, anti-propaganda, sabotaje de la imagen corporativa/política/institucional, contaminación de plataformas comerciales o de marketing (off-line y on-line);
- operaciones de contra-información y visualización de datos con formatos y por canales de comunicación inéditos;
- formas innovadoras de auto-organización social del conocimiento, sistemas y plataformas de producción colectiva de significación, que utilizan el campo de la estética como uno de los elementos de procesos de subjetivación política, de auto-determinación y “decisión” social (cf. Negri, 2010).

Como veremos, las operaciones de camuflaje utilizan todo el espectro de opciones según las necesidades. Lo que las define es esencialmente la producción de un momento de

ambigüedad que rompe las cadenas de significados habituales, rompiendo el discurso ideológico y promoviendo una alucinación colectiva radical.

El camuflaje se puede articular según tres grandes estrategias de intervención, a cada una de las cuales dedico una parte específica de la investigación: 1) el engaño, la falsificación, la impostura; 2) la creación de personajes ficticios y héroes populares; 3) el trolling y la controversia en las redes electrónicas.

1. Impostores

La creación de identidades ficticias y acontecimientos inexistentes con el objetivo de contaminar la producción industrial de propaganda e información. Habitualmente se habla de “*fake*” para entender la falsificación de mensajes visuales o audiovisuales que imitan o suplantan la identidad del enunciante original. En este sentido el *fake* no es más que una (y ni siquiera la más importante) de las posibles técnicas de operaciones mucho más complejas, que necesitan tiempo y un guión, aunque éste vaya cambiando todo el tiempo en base a la respuesta del entorno.

Al centro de la investigación se encuentran dos casos ejemplares: los falsos periódicos de “Il Male” (Italia, 1978-1981) y los proyectos @TMark / Yes Men / Yes Labs (desde el 1993, Estados Unidos pero con red de apoyo internacional).

Mi objetivo es definir algunos aspectos clave que hacen de la impostura o falsificación de eventos una estrategia de guerrilla de la comunicación capaz de provocar efectos de realidad. A partir del análisis de Žižek del mecanismo ideológico (Žižek, 1989) y del concepto de sobre-identificación (cf. Zizek, 1993; Monroe, 2005; BAVO, 2007), los efectos de la falsificación y de la impostura proceden en al menos tres direcciones distintas: los efectos tácticos, el sabotaje y la producción de narraciones alternativas.

La historia de las falsas noticias de Il Male y de los proyectos de @TMark / Yes Men (incluso algunos menos conocidos) permiten analizar la evolución del camuflaje desde la esfera pública pre-electrónica a la sociedad conectada, hasta llegar a la idea de los “Yes Labs”, que se propone reproducir el “modo de hacer” de los Yes Men a escala más amplia, dejando de lado definitivamente las cuestiones de autoría y abriendo la experiencias de un pequeño colectivo a la fuerza de comunidades conectadas.

2. Héroes

En esta segunda parte analizo la construcción de personajes ficticios con las características de héroes populares. Es posible que utilicen máscaras o disfraces o que al contrario sean personajes sin rostro, en cualquier caso el proceso de camuflaje no consiste necesariamente en la definición de marcas de reconocimiento visuales, sino en la construcción conceptual y narrativa de un personaje popular ficticio que actúa en la realidad. El héroe es una figura aparentemente anacrónica y “fuera de lugar”, cuya excepcionalidad no se halla necesariamente en metafóricos superpoderes al estilo de los cómics norteamericanos clásicos, sino en un proceso más profundo de construcción de una identidad reconocible, a la vez que anónima o seudónima, personal y al mismo tiempo sobre-individual.

El antecedente de SuperBarrio en México (1987 – 1992) es ejemplar para identificar algunas constantes: la definición del grado de ficción, el uso de la máscara como metáfora del contra-poder, la relación “excesiva” con la cultura popular. La reflexión y las acciones del Proyecto Luther Blissett (Italia, España, Alemania, 1994-1999) plantean abiertamente la necesidad de una actualización de la idea de héroe popular en la sociedad de la información (Blissett, 1996). Blissett es una identidad múltiple, sin máscara ni rostro, una celebridad imaginaria, material e inmaterial indiferentemente según las necesidades, politizado y popular, al mismo tiempo uno y rizomático.

Muchos de los aspectos anticipados por SuperBarrio y Blissett emergen con fuerza en el proyecto del Reverend Billy & The Church of Stop Shopping (o Church of Earthaluja), empezado en 1999 en New York (EE.UU.) y actualmente en curso. A partir de la creación de un personaje ficticio y unas intervenciones que compartían aspectos de teatro invisible y de activismo, el grupo de acción del Reverendo Billy ha abierto posibilidades de acción allí donde no había, ha jugado con la ambigüedad de una identidad real y ficticia, ha inoculado el virus mutante de la celebridad en el contexto activista y hasta en una campaña electoral (no sin problemas y contradicciones) y todo el tiempo oscila entre la contaminación de los medios tradicionales con la apuesta por la creación de medios, relatos y procesos de historización propios. Su actual implicación con los movimientos de protesta “Occupy” plantea otra cuestión especialmente compleja: ¿necesita “héroes” el relato de una revolución?

3. Trolls

En la jerga de las redes el término *troll* (*trolling*) indica habitualmente un usuario que interviene fuera de lugar, que provoca gratuitamente, revienta las discusiones con insultos u observaciones inútiles. Como demuestra la producción de *memes* globales a partir de la actividad caótica de un foro anónimo como “/b/” en 4chan.org (cf. Lialina, 2010), el *trolling* se basa en un proceso continuo de manipulación creativa de la cultura popular y en el conocimiento profundo de los códigos autóctonos de la comunicación electrónica (aunque sea de forma intuitiva y con el objetivo de transgredirlos y sustituirlos con otros).

En determinadas circunstancias las acciones confusas, disruptivas y ofensivas de los *trolls* acaban rompiendo el orden electrónico aparentemente “natural” de medios tan diversos como los clásicos foros o blogs, Twitter, Facebook, Youtube o hasta plataformas comerciales como Amazon, Ebay o Etsy – y más aún cuando el mecanismo de sus hazañas consigue atrapar algún medio de comunicación tradicional: emerge entonces la capacidad de lidiar con la presión mediática y guiarla, cumpliendo de una forma más o menos intencionada una acción de disturbio de la hipocresía de las celebridades o de la propaganda del poder.

En este sentido el *troll* guarda un paralelismo con la figura antropológica del *trickster*: una figura arquetípica de culturas nativas de todos los continentes, que en forma de espíritu, persona o dios rompe las reglas de la comunidad con burlas y engaños. A pesar de todo sus actos acaban fortaleciendo la sociedad misma y es por eso respetado como divinidad.

El *troll* en realidad no existe como figura individual, no solamente porque es anónimo o utiliza un pseudónimo, sino también porque sus gestos siempre necesitan una amplificación colectiva y en determinadas circunstancias desarrollan algún tipo de coordinación comunitaria. Al respecto el colectivo Anonymous es una de las referencias clave: el *trolling* utilizado conscientemente y a gran escala como herramienta de acción descentralizada, en concreto en contra de entidades privadas e instituciones públicas para desenmascarar su hipocresía, corrupción y violencia. Anonymous es la encarnación de la paradoja de una identidad basada en la ausencia de identidad que sin embargo está provista de inteligencia y actúa eficazmente en la esfera pública.

Aquí está el reto de la investigación: buscar relaciones dentro del amplio espectro de posibilidades que va desde los fenómenos meméticos espontáneos a las campañas efímeras

pero coordinadas (por ej. a través de un *hashtag* de Twitter), hasta algunos proyectos de artistas y colectivos que se inspiran, fomentan o extienden fenómenos autóctonos de la red clasificables como *trolling* en el sentido más amplio del término (por ejemplo 0100101110101101, Brad Troemel, Constant Dullaart, Petra Cortright, Oliver Laric, el colectivo F.A.T.).

El presupuesto inicial de la investigación consiste en entender las operaciones de camuflaje como experimentos de reconstrucción de la eficacia simbólica en un terreno híbrido donde se funden (no sin contradicciones) arte, activismo y las nuevas culturas populares. Las conclusiones son todavía abiertas y en construcción, pero voy a formular de manera muy esquemática mis principales hipótesis sobre el papel de la ficción, la necesidad de imaginación colectiva y formas de intervención que extienden los confines del arte al territorio de las redes.

- La identidad en la época de los memes

“Si eres único estás muerto”: la repetición, la reproducción según la lógica de la abundancia. El cuestionamiento radical del nombre y de la firma: seudónimos, anónimos, identidades múltiples. La creatividad difusa, la viralidad y la posibilidad de acción simbólica “distribuida”. Artistas, activistas, células creativas, vanguardias: la identidad escalable.

- La ficción al ataque del realismo capitalista

La definición del realismo capitalista como ficción. Los aspectos críticos de la ficción: narraciones tóxicas, publicidad y propaganda. Espectáculos abiertos y entretenimiento radical. Acción y representación: las nuevas épicas.

- El mecanismo populista y la imaginación radical

Los límites de la tergiversación de la cultura oficial, de la ironía y de la deconstrucción. Experimentar con mensajes abiertos, contradictorios, controvertidos. De la eficacia estética (Rancière) al mecanismo populista del significante vacío y la construcción de una nueva cadena de equivalencias (Laclau, 2005).

Referencias bibliográficas esenciales

A.F.R.I.K.A. Gruppe, Blissett, Luther y Brunzels, Sonia (1997) *Handbuch der Kommunikationsguerilla*, Libertäre Assoziation/Verlag der Buchläden. Trad. Cast. (2000) *Manual de la guerrilla de la comunicación*, Barcelona: Virus.

BAVO [Eds.] (2007) *Cultural Activism Today. The Art of Over-Identification*. Rotterdam: Episode Publishers

Becker, Conrad - Fleming, Jim [Eds.] (2010) *Critical strategies in art and media*, New York: Autonomedia.

Bishop, Claire (2004) "Antagonism and Relational Aesthetics" en *October*, Vol. 110, pp. 51–79.

Blissett, Luther (1996) *Totò, Peppino e la guerra psichica*. Udine: AAA Edizioni.

De Certeau, Michel (1990) *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*, Paris: Gallimard.

Duncombe, Stephen (2007) *Dream. Re-imagining progressive politics in the age of fantasy*. New York: The New Press.

Hoffman, Abbie "Free" (1968) *Revolution for the Hell of It*. New York: Dial Press.

Holmes, Brian (2009) *Escape the overcode. Activist art in the control society*. Eindhoven-Zagreb-Istanbul: Van Abbemuseum – WHW.

Laclau, Ernesto (2005) *On populist reason*. New York-London: Verso.

Laibach (1982) "10 Items Of The Covenant". En Internet <<http://www.laibach.nsk.si/13.htm>> (Consultada por última vez el 20/06/2012)

Léger, Marc James (2011) *Brave New Avantgarde*. Winchester - Washington: Zero Books.

Lialina, Olia y Espenschied, Dragan [Eds.] (2010) *DIGITAL FOLKLORE - To computer users, with love and respect*. Stuttgart :Merz & Solitude

Monroe, Alexei (2005) *Interrogation Machine. Laibach and NSK*. Cambridge: MIT Press.

Negri, Antonio y Obrist, Hans Ulrich (2010) "In Conversation with Antonio Negri". En *e-flux Journal*, nº 18, September 2010 [online]. En Internet <<http://www.e-flux.com/journal/in-conversation-with-antonio-negri/>>

Rancière, Jacques (2009) *Le spectateur émancipé*. Paris: La Fabrique Éditions. Trad. Cast. (2010) *El espectador emancipado*. Castelló: Ellago.

Žižek, Slavoj (1989) *The Sublime Object of Ideology*. New York-London: Verso.

Žižek, Slavoj (1993) "Why are Laibach and NSK not Fascists?". En Arns, Inke [Ed.] (2003) *IRWIN Retroprincip 1983-2003*. Frankfurt-am-Main: Revolver.