

TEXTOS Y CONTEXTOS

*Uncontrollable Representations
in a Flaming Stage* ■ **Lo incontrolable de las
representaciones en un
escenario ardiendo**

RECIBIDO • 19 DE JUNIO DE 2013 ■ ACEPTADO • 17 DE SEPTIEMBRE DE 2013

LORETO ALONSO ATIENZA/ARTISTA VISUAL E INVESTIGADORA ■
SUBDIRECTORA DE INVESTIGACIÓN DEL CENIDIAP ■
alonso.loreto@gmail.com ■

PALABRAS CLAVE

pantalla de Rajoy ■
amateur ■
Movimiento 15 M ■
tactical media ■
#occupy ■

KEYWORDS

Rajoy's screen ■
Amateur ■
Movimiento 15 M ■
Tactical media ■
#occupy ■

RESUMEN

El fuego rebasa los escenarios tradicionales de la representación política y propaga los conocimientos de las vanguardias estéticas sin que podamos calcular el sentido. En este escrito proponemos revisar algunos casos que conectan las cuestiones derivadas del problema de la representación en la política con las cuestiones de la representación en los lenguajes simbólicos en el contexto actual de recesión económica y movilizaciones masivas en España. En la primera parte abordaremos algunas cuestiones referentes a los medios tácticos y a las prácticas audiovisuales y performáticas masivas y amateur, que se están desarrollando en un campo expandido entre las calles y las redes telemáticas. En la segunda, partimos del lema “no nos representan” para plantear algunas de las prácticas creativas y organizativas del Movimiento15-M.

ABSTRACT

The fire exceeds the scenario of traditional political representation and spreads aesthetic avant-garde knowledges all around, preventing us to calculate the effects. This paper propose to review some cases linking the problem of representation in politics to the issues of representation in symbolic languages in the current context of economic recession and mass mobilizations in Spain. The first part of the paper will address some questions concerning tactical media, audiovisual and performative practices that are developed massively and by amateurs in an expanded field between the streets and the networks. The second part start with the slogan “They don’t represent us” to pose some significative questions of Movimiento15-M’s creative and organizational practices.

Los periodistas que asistieron a la sala de prensa de la sede del Partido Popular aquel día se encontraron frente a una pantalla de plasma. Se les pidió que pusieran atención al presidente-locutor que se presentaba en rueda de prensa en diferido desde la televisión de alta definición. La imagen aparecía en el plasma, a tamaño natural, respaldada por un fondo azul con el logo del partido al estilo de los *photocall* publicitarios. Se presentaba desde un plano frontal bien iluminado, ejecutando movimientos propios de los políticos asesorados en métodos de expresión y técnicas de locución. A pesar de la planicie de la pantalla, de la gran resolución de la imagen y de la buena técnica de los productores, el dispositivo propuesto se encontraba incapacitado para contestar ninguna pregunta que se le planteara, no era al fin y al cabo más que una máquina de monólogo.

La propuesta del presidente de un gobierno y de un país de autorrepresentarse de esta manera resulta muy provocativa en términos políticos y también, paradójicamente, productiva en términos simbólicos. A partir de este hecho se generaron cientos de manifestaciones en escenarios expandidos que se reproducen, mutan y expanden incontrolables entre el espacio mediático y el espacio físico.

Este episodio de la triste realidad política en España señala uno de los síntomas de la crisis de representación que parecen estar experimentando muchos regímenes democráticos en la actualidad. La idea de un pueblo que elige a sus gobernantes

Rueda de prensa en Génova. Hasta en dos ocasiones, en febrero y abril de 2013, el Presidente del Gobierno apareció en público en forma de video sobre pantalla de plasma.



parece haber quedado diluida en múltiples relaciones de mediación que se perciben más opacas que transparentes, y que ante un aumento de la presión económica muchos ciudadanos no están dispuestos ya a aceptar. Las consecuencias de esta negación de los cauces políticos tradicionales son muchas más de las que aquí podemos señalar. Intentaremos destacar algunas que tienen una relación más directa con la acción de prácticas que aplican los lenguajes propios de la vanguardia artística en los entornos mediáticos y físicos masificados.

Desde siempre el arte moderno ha propuesto el cuestionamiento de la representación, podría decirse que es así como ha ido reformulando sus estéticas, hasta llegar en los años sesenta del siglo xx a formas de creación performáticas y no visuales que precisamente replantean la relación que establecemos con los lenguajes hegemónicos. Podríamos decir que el conocimiento acumulado desde la experimentación artística es actualmente activado en el muy amplio contexto de la producción simbólica, mediatizada y masificada a través de productores amateurs.

Este amateurismo se combina con conocimientos ciertamente expertos en el uso de las metáforas, de la construcción de relatos y otros recursos expresivos. Encontramos performances que más allá de la contemplación aprovechan la intensidad de la presencia viva para paralizar las fuerzas coercitivas. Se recurre a lo cómico y a la ironía como potencia de rebelión *site specific*. Los juegos de lenguaje, collages y montajes se multiplican en pancartas y pintas en las calles, así como también diseminados anónimamente a través de redes telemáticas. Los planteamientos de la vanguardia cinematográfica se aplican a los montajes audiovisuales, que se difunden de modo viral. Se activa la deriva y el desvío que ya fuera introducido por la Internacional Letrista y Situacionista (Debord y Wolman, 2002).

Estas prácticas estéticas y críticas se articulan a través de apropiaciones de las imágenes oficiales, fundamentalmente gracias a la plataforma de Internet, así como a través de ocupaciones del espacio físico, que por otra parte no deja de ser un espacio también mediatizado.

Las imágenes se extienden como el fuego entre correos, páginas de Internet y teléfonos celulares en lo que podemos definir como una práctica masificada y amateur. También hay una amplia contestación por

parte de los profesionales de los medios, que interpretaron esta rueda de prensa unilateral como una clara agresión a su trabajo periodístico. Los periodistas de actualidad, pero sobre todo los humoristas televisivos difundieron para audiencias masivas parodias, montajes y *detournements*. Postproducciones del video original que hicieron del mismo un *trending topic*, un acontecimiento sin duda de dimensiones mucho mayores de las que esperaba el Presidente con su comparencia. Estos materiales fueron producidos por un amplio espectro de plataformas mediáticas, desde la cadena de raíces cristianas Intereconomía hasta la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). En el programa de máxima audiencia *El Hormiguero*, presentado por Pablo Motos, entrevistaron a un falso Rajoy en pantalla. En un montaje sobre el guión original, la cadena de televisión catalana TV3 sustituyó la alusión a "ciudadanos" y a "españoles" por el apelativo "idiotas". En otro caso se intercalan en el video original fragmentos de la película *1984*, inspirada en la obra literaria de George Orwell. Aunque se trata de producciones de carácter profesional, gran parte de su distribución fue organizada en las redes sociales de Internet por agentes anónimos que no sólo repitieron y propagaron sino que reeditaron y posprodujeron los materiales.

Podríamos decir que la insurrección social que surge de la falta de confianza en el juego político de partidos e instituciones se visualiza como una desobediencia estética a los símbolos del poder. No se aceptan las formas y no se aceptan los contenidos.



Algunas interpretaciones en Internet del uso de las pantalla en la rueda de prensa y Escarche del PAH al Presidente del Gobierno, en la Inauguración del Salón del Automóvil en Barcelona el 10 de mayo de 2013.



“Toque a Bankia”, convocatoria y documento de acción realizada el 9 de mayo de 2013.

Otro caso de desobediencia civil y experimentación estética es la acción colectiva “toque a Bankia” organizada, entre otros, por el colectivo madrileño Gila (Grupo de intervención), que hizo uso del poder de convocatoria masiva de las redes sociales para organizar una acción cercana al escrache a partir del despliegue de performances heterogéneos que consiguieran paralizar la actividad de las oficinas del Banco. En la convocatoria que hicieron pública¹ se vislumbran dos cuestiones novedosas de organización, como son la posibilidad de una acción individual-colectiva y el uso táctico de los *media*.

Por un lado, se trató de una acción colectiva pero que se desarrolló de manera individual, siendo cada persona la que decidía cómo crear e interpretar su papel y pudiendo cada cual elegir su nivel de exposición y riesgo. Por otro lado, la producción audiovisual en medios masivos se plantea como una herramienta central no sólo en el momento de la convocatoria sino en la documentación y difusión de la acción, el objetivo era “visibilizar el 99 %”, expandir el valor simbólico de la acción presencial a la telepresencia que imponen las comunicaciones telemáticas. Se trata de transgredir los espacios públicos establecidos corriendo el mínimo riesgo y difundiendo la máxima información, como plantea la convocatoria de Gila.

Una de las condiciones más significativas de estos espacios públicos híbridos entre las calles y las redes es, como señala Erik Kuitenberg, la presencia de cámaras. “The camera is now literally in the hands of thousands if

no millions protesters as the actions unfalls”.² Esta masiva introducción de cámaras en los espacios públicos precisamente está permitiendo la multiplicación de “medios tácticos” en los medios de comunicación masivos, que introducen en los espacios llamados públicos perspectivas singulares posicionadas; no se trata ya de comunicar sino de expresar ese posicionamiento.

El término “medios tácticos”³ apareció en el entorno cultural a principios de los años noventa del siglo pasado, coincidiendo con los movimientos antiglobalización, aunque su genealogía puede remontarse al mismo inicio de la comunicación mediática masiva. Como plantean David García y Geert Lovink, hay una doble lectura sobre la efectividad de estos fenómenos, su condición de “medios de crisis, crítica y oposición constituye a la vez que la fuente de su poder, su propia limitación”.⁴ En este sentido nos gustaría destacar la efectividad, si no real, sí simbólica de este tipo de propuestas. Por ejemplo, una acción como la de Toque

² Erik Kuitenberg, *Legacies of tactical media. The tactics of occupation: from tompkins Square to Tahir*, Amsterdam, Network Notebook, 2011, p. 7.

³ El término “táctica” fue introducido mucho antes en el debate cultural de mano de Michel De Certeau, quien partió del conocimiento tanto de las demandas del Mayo francés como de las culturas populares y prácticas cotidianas en Latinoamérica para repensar los modos de hacer más efectivos en relación con el poder hegemónico de su tiempo. De Certeau plantea una diferencia muchas veces citada entre dos nociones provenientes del campo militar, las tácticas y las estrategias, para establecer una estética ya no bélica sino poética. Para De Certeau, “toda racionalización estratégica se ocupa primero de distinguir en un medio ambiente lo que es propio” y por el contrario, la táctica se dirige a “la acción calculada que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible” (Michel De Certeau, *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 1990, p. 43).

⁴ David García y Geert Lovink, “El ABC del Tactical Media”, *Aleph Arts*, 1997, <http://aleph-arts.org/pens/abc.html> (consultado el 15/06/2013).

¹ Convocatoria: “Vamos a saturar la actividad de la sucursal, con toda la potencia de nuestra imaginación. Desde preguntar exhaustivamente por todos los productos, hasta pasear al perro o sufrir una lipotimia en la oficina. La palabra clave es ‘Cansinismo’”, <http://madrid.tomalaplaza.net/2013/05/09/minuto-a-minuto-tocandoabankia>.

a Bankia puede colapsar la Banca por un día, pero su documentación, posproducción, difusión y discusión en los foros (<http://foros.toqueabankia.net>) generan una corriente de opinión mucho más duradera.

No todos los autores entienden de la misma manera la efectividad de este tipo de prácticas. Jacques Rancière, por ejemplo, rechaza que generen un verdadero disenso con su público y pone en duda la pretensión de parasitar acuerdos predefinidos a partir del uso de los propios lenguajes convencionalizados. Desde la perspectiva de este autor, estas prácticas tácticas y mediáticas no son capaces de generar desacuerdo pues sus críticas, parodias y denuncias están siempre dirigidas a un público que es ya cómplice de la acción o de la ideología asociada a esa acción.⁵

Resulta difícil pensar con Rancière que los videos virales aquí mencionados tengan un público definido. Desde este escrito señalamos lo incontrolable y lo ambiguo del resultado de estas prácticas simbólicas masificadas y mediatizadas, cuya existencia no asegura la efectividad en términos de acción política pero tampoco niega su potencial movilizador y generador de imaginarios contrahegemónicos. La discusión sobre la efectividad de los “medios tácticos” queda abierta, y será una de las cuestiones que más probablemente nos tengamos que seguir haciendo en el futuro.

Que no, que no, que no nos representan.

Consigna del Movimiento 15-M.

La localización del problema en el campo de la representación fue muy claro desde el principio en España. Millones de personas salieron a las calles bajo el mismo lema: “No nos representan”. La primera acampada en la Plaza de la Puerta del Sol fue la presentación de una multitud heterogénea, presentación ante la pérdida de confianza en los instrumentos de la representación política tradicional.

Es importante resaltar que la crítica a la representación no se dirige puntualmente contra el poder político o el partido en el gobierno, sino que se expande hasta

las estructuras del propio movimiento que reformula el modelo de la identificación, asignándose nombres relativamente abstractos como 15-M (en referencia a la fecha en la que se inició la movilización), indignados, Spanish Revolution, Democracia Real Ya, Toma la plaza, Occupy Madrid, etcétera. Nombres múltiples y ambiguos, que no resumen ni acotan ningún modo de identificación absoluto, ningún himno y ninguna bandera. Este sentir hacia la no representación también se materializa en la organización asamblearia, en el que los grupos tienden a actuar de modo autónomo y atomizado, a la vez que favorece el establecimiento de vínculos entre vecinos cercanos.

En las dinámicas asamblearias se cuestionan los lenguajes y modos de comunicación, se plantean abiertas a cualquier intervención, lo que a menudo constituye el más grande de sus riesgos, además se incorporan formas no hegemónicas, la consideración del femenino y el lenguaje de signos utilizado por los sordos, basado en el movimiento silencioso de las manos.⁶ Podríamos denominar estos modos de organización, siguiendo a Isabel Lorey, como prácticas “no representacionistas”, propuestas cercanas a la democracia directa de inspiración rousoniana que están planteando la posibilidad de formas no identitarias de organización, inspiradas no sólo en el anarquismo sino también en el movimiento zapatista de la década de 1990 y el movimiento antiglobalización y Euro May Day de los dos mil.⁷

“Nadie hasta ahora ha determinado lo que puede un cuerpo”,⁸ tampoco sabemos lo que puede un espacio. Lo físico no se determina sólo en coordenadas numéricas verticales y horizontales, lo físico es también experimentado e interpretado desde el cuerpo y la acción. En el caso que aquí nos ocupa podría decirse que es desde el movimiento, desde la movilización popular, que estos espacios han adquirido una nueva dimensión.

La Plaza de la Puerta del Sol es un espacio físico real donde se encuentra el lugar que indica el kilómetro 0 del que parten todas las autopistas radiales que reco-

⁵ Jacques Rancière, *Sobre políticas estéticas*, Barcelona, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2005, p. 47.

⁶ <http://www.democraciarealya.es/manifiesto-comun/lenguaje-de-signos>.

⁷ Isabel Lorey, “Non-representationist, Presentist Democracy”, 2011, <http://eipcp.net/transversal/1011/lorey/en> (consultado el 15/06/2013).

⁸ Baruch Spinoza, *Ética*, Madrid, Alianza, 1990.

ren el país, es el centro del centro y es además el punto de referencia de la salida de un año y la entrada del siguiente. La Plaza de la Puerta del Sol constituye un espacio tradicionalmente mediatizado, un lugar que los medios publicitarios codician desde ya hace muchos años; de hecho en ella se encuentra uno de los pocos espectaculares luminosos que aún pueden verse dentro de la ciudad, como vestigio histórico, un anuncio del Brandy "Tío Pepe" que ha sido protegido al declararse patrimonio cultural nacional. Este icono de la capital se transformó en otro espacio cuando se convirtió en sede de la acampada 15-M en mayo de 2011. La ocupación física del espacio duró 25 días seguidos, pero su apropiación simbólica aún no ha terminado.

Las imágenes siguen reproduciéndose, extendiéndose, ardiendo en la red. Un ejemplo significativo es una fotografía panorámica en la que se destaca un espectacular que se encontraba cubriendo la totalidad de uno de los edificios de la plaza. En ella, la figura tumbada de la actriz Paz Vega promociona productos cosméticos para el cabello de la firma L'Oreal. Durante el tiempo de ocupación de la plaza, esta manta de proporciones gigantescas se resemantizó con nuevas aportaciones, entre las que me gustaría destacar la conversión del nombre de la marca "L'OREAL" que dio lugar al *slogan* "DEMOCRACIA REAL". Manteniendo una dialéctica visual y lingüística de contenidos también podía leerse: "Más hidratación", "Lucha en las calles", "Pelo mediterráneo", "No nos representan", "Control total", "People of Europe rise up" y muchas otras intervenciones



2011 PLAZA DEL SOL. MADRID

Imagen de Internet. Vista de la Plaza de la Puerta del Sol 2011. Consultado el 01/04/13 en: www.publico.es/espana/377479/paz-vega-y-heinrich-himmler-vigilan-la-acampada-elecciones20

poéticas que involucraban al espacio publicitario, lo incluían. Podríamos decir que obligaban a participar a la imagen impuesta de la publicidad en una nueva imagen; el dispositivo visual de la propaganda mediática fue ensamblado en el dispositivo social de la manifestación, se activó en el movimiento.

La expansión incontrolable ocupa el espacio de modo más o menos efímero pero también ocupa el tiempo, alargándose e introduciéndose en las memorias individuales y colectivas a través no sólo de la experiencia sino de la mediatización de la misma. La movilización se articula utilizando la apropiación de los contenidos mediáticos y también la ocupación de los espacios físicos. Las manifestaciones en estos espacios híbridos físico-mediáticos se han vuelto incontrolables desde ningún punto fijo; el escenario es cambiante, desafiante e imprevisible, arde. Es un territorio para prácticas tácticas que se plantean siempre móviles, nómadas y precarias; su tendencia a la no institucionalización las condiciona en el tiempo, aparecen efímeras e inconstantes pero también se reproducen de forma difícilmente controlable; la producción *online* y *offline* se coordina en acciones en directo y diferidas, las imágenes tanto en dos dimensiones como los cuerpos tridimensionales se intercambian y crean ensamblajes que al estar siempre en recomposición resultan indeterminables.

Este fuego se propaga sin con ello resolver las cuestiones que inevitablemente debemos seguir planteándonos acerca de su efectividad política. En todo caso sí podemos destacar lo incontrolable de estas prácticas simbólicas cuyos agentes heterogéneos, anónimos y amateurs parecen haber integrado conocimientos de lenguajes forjados en el campo artístico y poético y están proponiendo acciones formuladas desde habilidades tecnológicas y sociales, alimentadas por un posicionamiento de resistencia común hacia el futuro. ▽

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEBORD, Guy y Gil Wolman, "Modos de usos del desvío", en *Potlatch. Textos completos (1954-1959)*, Madrid, Literatura Gris, 2002.
- DE CERTAU, Michel, *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 1999.
- GARCÍA, David y Geert Lovink, "El ABC del Tactical Media", *Aleph Arts*, 1997, <http://aleph-arts.org/pens/abc.html> (consultado el 15/06/2013).
- KUITENBERG, Erik, *Legacies of tactical media. The tactics of occupation: from Tompkins Square to Tahir*, Amsterdam, Network Notebook, 2011.
- LOREY, Isabel, "Non-representationist, Presentist Democracy", en <http://eipcp.net/transversal/1011/lorey/en>, 2011 (consultado el 15/06/2013).
- RANCIÈRE, Jacques, *Sobre políticas estéticas*, Barcelona, Museu d'Art Contemporani de Barcelona y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.
- SPINOZA, Baruch, *Ética*, Madrid, Alianza, 1990.

PÁGINAS WEB

Consultadas el 15/06/2013.

- <http://www.afectadosporlahipoteca.com>.
<http://www.democraciarealya.es>.
<http://www.eipcp.net>.
<http://www.gila.noblogs.org>.
<http://www.madrid.tomalaplaza.net>.
<http://www.toqueabankia.net>.
<http://www.publico.es>.

REFERENCIAS AUDIOVISUALES

Consultadas el 15/06/2013

- *La pantalla de plasma de Rajoy*, publicado el 04/04/2013, en <http://www.youtube.com/watch?v=2JuyZZGkgBU>. Programa de televisión *Los Clones*, Grupo Intereconomía, emitido el 03/04/2013. Más en <http://www.losclones.es> y en <http://www.facebook.com/los-clones>.
- Spot del PAH, *spot* publicitario de la Plataforma de Afectados de las Hipotecas: *De ciudadano a presidente*, en <http://afectadosporlahipoteca.com/los-videos/> y <http://www.youtube.com/watch?v=xrViE2mK0mo>.
- El hormiguero: Rajoy en una pantalla, publicado el 05/02/2013, programa de televisión *El Hormiguero* emitido por la cadena Antena 3 el 04/02/2013, "La última rueda de prensa de Rajoy fue a través de una pantalla. En El Hormiguero le hemos entrevistado, también a través de una pantalla". En <http://www.youtube.com/watch?v=NpDJOJQFpEg>.
- APM? - El verdadero discurso de Mariano Rajoy (idiotas), publicado el 07/02/2013, video editado por la cadena TV3 Televisión de Cataluña, en <http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=en-dscreen&v=SpSxveiR4v4>, también en Twitter: <https://twitter.com/APMvideos> y Facebook: <https://www.facebook.com/APMvideos>.
- Comparecencia Rajoy, publicado el 02/02/2013, parodia de la comparecencia de Rajoy, hablando a los periodistas a través de un televisor; se trata de un montaje con fragmentos de la película *1984*, inspirada en la obra literaria de George Orwell, en <http://www.youtube.com/watch?v=UG4xInW4xWo>.
- Manifiesto Democracia Real Ya! en lenguaje de signos: <http://www.democraciarealya.es/manifiesto-comun/lengua-de-signos>.

SEMBLANZA DE LA AUTORA

LORETO ALONSO ATIENZA • Artista e investigadora, doctora en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido profesora en la carrera de Artes y el posgrado de la Universidad Autónoma de Nuevo León y en la carrera de Arte Digital de la Universidad Autónoma del Estado de México. Actualmente trabaja como subdirectora de Investigación del Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas del Instituto Nacional de Bellas Artes. Como investigadora es parte del proyecto "Imágenes del arte y reescritura de las narrativas en la "cultura visual global" (www.imaginar.net). Es autora del libro *Poéticas del siglo XXI: la distracción, la desobediencia, la precariedad y lo invertebrado* (www.editorialuaemex.org/poeticas.htm), además de otros artículos y actividades académicas de difusión.