

EL ARTE DE ROBAR

El extremo número de pleitos y controversias referentes a diversas formas de infracción del *copyright* –desde guiones de cine, hasta la música pop, pasando por el arte– indica que existe una acalorada disputa en torno a la «propiedad intelectual» y a los beneficios que se pueden obtener con ella. Estrellas como Michael Jackson tienen regularmente que defenderse contra acusaciones de haber infringido el *copyright* de artistas de los que probablemente nunca han oído hablar; aunque las reclamaciones son a menudo inverosímiles, hay enormes sumas en juego. A los artistas serios les está resultando cada vez más difícil trabajar sin verse sumergidos en procedimientos judiciales. Cierta apropiación de material preexistente forma parte, por supuesto, de muchas prácticas culturales contemporáneas, pero está cada vez más sometida a la presión de un ejército de abogados. En el campo de la música, las controversias sobre fragmentos de emisión [*sampling*] pueden ser especialmente agobiantes para grupos o artistas que carecen del respaldo de grandes empresas con departamentos jurídicos especializados. Las implicaciones culturales de esta evolución son de gran alcance. El grupo Negativland, activamente implicado en las actuales discusiones sobre los fragmentos de emisión y el *copyright*, ha señalado que «ya no se permite que la evolución cultural se produzca de la forma que lo hacía antes de establecerse este sistema. La verdadera música popular [*folk*], por ejemplo, ya no es posible», porque prosperaba gracias a la libre reutilización de melodías y palabras¹. Los artistas de vídeo y los cineastas –como Jean-Luc Godard, cuya película *Histoire(s) du Cinéma* consta en gran parte de imágenes históricas– tienen que enfrentarse a problemas similares: las cifras desmoralizantes que hay que pagar por cada fragmento de material audiovisual.

El concepto de «uso razonable» del material sometido a *copyright*, para propósitos privados, científicos o artísticos, está amenazado. El *copyright* constituye, de hecho, un elemento de un campo más amplio y cada vez más integrado al que se hace referencia como «propiedad intelectual», que incluye también marcas registradas y patentes. Además, en el ámbito de los programas informáticos y los sitios de red, los derechos de propiedad

¹ Negativland, «Fair Use», <http://www.negativland.com/fairuse.html>.

intelectual están ahora protegidos a menudo por draconianos contratos de uso; los suscriptores del sitio billboard.com, por ejemplo, deben firmar un contrato que establece que no pueden de ninguna manera transmitir información sobre los artículos y datos por los que pagan². Sin embargo, la legislación sobre *copyright* sigue predominando en lo que al derecho de utilizar música, imágenes o texto se refiere. En 1997, Mattel presentó una demanda judicial contra el proyecto *Distorted Barbie* presentado por el artista de Internet Mark Napier, por considerar que las imágenes alteradas de la muñeca constituían una infracción de su *copyright*. Más ridículo es que el departamento jurídico de Warner Brothers haya acosado a los niños que disponían de su propia página de admiradores de *Harry Potter* en Internet. En todas partes, se está presionando a los usuarios para que se conviertan en consumidores pasivos³. Incluso la duplicación privada y la distribución no comercial de archivos sonoros en MP3 ha conducido a gigantescos procesos judiciales.

La legislación sobre *copyright* parece estar, por consiguiente, al servicio de las grandes empresas multimedia, en lugar de trabajar para los artistas o para el público. Se ha desarrollado de tal forma que participa plenamente del nuevo régimen de propiedad intelectual, suprimiendo la crítica, la parodia y la reutilización creativa del material sometido a derechos de reproducción. En el actual clima, prácticamente cualquier forma de cita y apropiación es considerado un robo, o al menos sospechoso de serlo hasta que se demuestre lo contrario. Hemos llegado a un estado de civilización extrañamente arcaico, en el que el ideal de emulación ha dado lugar a los tabúes del *copyright*, como si Barbie y Harry Potter fuesen imágenes de dioses guardados por una casta sacerdotal, y hacer un uso no santificado de ellos fuese una blasfemia. El arte y la teoría contemporáneas quizá hayan renunciado al culto de la originalidad promovido por los movimientos romántico y moderno, pero ahora éste ha sido restaurado en la legislación.

Quizá un contraataque contra la perspectiva jurídica dominante podría adoptar la forma de irónica apropiación de su vocabulario. ¿Por qué no mantener que el robo es una parte esencial de cualquier cultura que desee seguir siendo dinámica? Una cultura evolutiva y autocrítica es impensable sin el arte del robo como uno de sus elementos constitutivos: la cita y la apropiación es una forma de manipular el material e introducir diferentes significados. El hecho mismo de que el robo artístico se abra paso entre las mónadas privatizadas que componen la sociedad contem-

² Siva VAIDHYANATHAN, *Copyright and Copywrongs: the Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*, Nueva York, 2001, p. 178.

³ Debería señalarse, sin embargo, que ha habido intentos de establecer alternativas digitales al *copyright*, tales como el movimiento *Open Source* o la práctica de la «cesión de copias» [*copyleft*], que permite la utilización gratuita del material siempre que se indique la fuente original.

poránea produce malestar dentro de las empresas; es posible que Mark Napier tuviese razón cuando señaló, después de que Mattel hubiese ejercido presión en los tribunales para hacerle retirar su proyecto de la red, que «su ataque se basa menos en el beneficio que en mantener la ficción de Barbie», añadiendo –con bastante optimismo– que «si se distorsiona su significado, la muñeca dejará de existir»⁴.

La era de la emulación

Parte del legado hecho por el Romanticismo a la cultura moderna es la noción de que el auténtico artista crea en un estado de completa autonomía, como la madre naturaleza. Por contraste, la tradición artística clásica –desde el Renacimiento hasta el siglo XVIII y bien entrado el XIX– reconocía la importancia del robo como elemento de emulación o imitación, algo que fue en sí la piedra angular de la teoría del arte (pos)renacentista. La última defensa más importante de esta doctrina se encuentra en el sexto *Discourse on Art* (1774) de Joshua Reynolds, en el que recuerda a su público que «es vano que los pintores y los poetas luchen por inventar sin materiales sobre los que la mente pueda trabajar, y a partir de los cuales se debe originar la invención. Nada puede salir de la nada»⁵.

En su mayor parte, Reynolds habla de la imitación en sentido general: aprender mediante el cuidadoso estudio de los viejos maestros. Hay también, por supuesto, formas más concretas de imitación, y Reynolds admite que la copia directa de «un pensamiento, una acción, una actitud o una figura particulares» de alguien podría estar abierta a la acusación de plagio. Sin embargo, dicha práctica estará justificada si el resultado es bueno, o quizá incluso superior a la obra original. Y aunque Reynolds da al artista carta blanca sólo con respecto al arte antiguo, porque «las obras contemporáneas son más propiedad de sus autores», sigue aconsejando a los alumnos de la Real Academia que saqueen también a los «contemporáneos», siempre que intenten crear una nueva obra de arte con lo que han hurtado.

Tal imitación está tan lejos de tener en ella nada del servilismo del plagio, que es un ejercicio perpetuo de la mente, una invención continua. Tomar prestado o robar con tal arte y precaución, tendrá derecho a la misma indulgencia usada por los lacedemonios, que no castigaban el robo, sino la falta de artificio para ocultarlo⁶.

Reynolds es una voz de otro mundo. En contra de las actuales creencias y prácticas, mantiene que se deben hacer distinciones, que el robo artís-

⁴ Véase el comentario de Mark NAPIER, «Does The Distorted Barbie violate Mattel's copyright?», <http://users.rcn.com/napier.interport/barbie/barbie.html>.

⁵ Joshua REYNOLDS, *Discourses on Art* (1797), ed. Robert Wark, New Haven, 1975, p. 99.

⁶ *Ibid.*, pp. 106-107.

tico no debería tratarse necesariamente como robo de propiedad. Termina con la siguiente exhortación:

Estudiad, por lo tanto, las grandes obras de los grandes maestros, siempre. Estudiad tan de cerca como podáis, el orden, la manera y los principios que ellos estudiaron. Estudiad atentamente la naturaleza, pero siempre con esos maestros como compañía; consideradlos como los maestros que tenéis que imitar, y al mismo tiempo como rivales con los que tenéis que competir⁷.

Reynolds estaba ya sometido a la presión de un creciente culto protorromántico a la originalidad, como es evidente por sus ataques a quienes afirmaban que la verdadera creación era irreconciliable con la imitación a las obras de otras artistas. Se sitúa al final (o casi) de una tradición en la que, durante siglos, maestros más o menos importantes copiaban por igual ciertas obras canónicas, de Leonardo o de Rafael, por ejemplo. A menudo esos bocetos (parciales) que no los realizaban para exponer, sino que los guardaban para usarlos en el futuro en nuevas obras que incluyesen sagaces citas de un maestro reverenciado. Los artistas viajaban a menudo a Italia para estudiar cuadros, esculturas y estatuas, pero el ascenso de las técnicas de impresión condujo a una difusión mucho más extendida de ciertas composiciones de lo que de otra forma hubiese sido posible. La composición de *El juicio de París* realizada por Rafael, por ejemplo, grabada por Marcantonio Raimondi a comienzos del siglo XVI, fue posteriormente emulada por artistas como Rubens e incluso (si bien de un modo más iconoclasta) por Manet, cuyo *Almuerzo sobre la hierba* (1863) es una reelaboración del original de Rafael.

Regulación de la producción

Marcantonio Raimondi es un personaje crucial en la historia del arte del robo, y resulta profético de la crisis de la tradición clásica como resultado del ascenso de los nuevos métodos de reproducción. Su fama duradera se debe a que trabajó para el estudio de Rafael, cuyas composiciones traspasó a grabados con un inaudito sentido de la plasticidad monumental, así como de la claridad. En sus primeros tiempos, Raimondi realizó sus grabados principalmente basándose en la obra de artistas del norte, como Durero. En 1506, Durero llegó a Venecia, enfurecido –según Vasari– por el hecho de que Marcantonio hubiese hecho grabados de sus planchas, hasta con las iniciales «AD», que se habían vendido como obras auténticas de Durero. El artista alemán pidió a las autoridades que interviniesen⁸. La situación jurídica que rodeaba el acto de Marcantonio era enormemente confusa, porque carecía de precedentes: «los derechos y

⁷ *Ibid.*, p. 113.

⁸ Giorgio VASARI, *Vidas de artistas ilustres*, Barcelona, Iberia, 1957.

privilegios del grabador reproductor no estaban claros a comienzos del siglo XVI, porque esta profesión se desarrolló sólo cuando los artistas del Renacimiento comenzaron a reivindicar sus propias invenciones y a confiar a los grabadores la tarea de darlas a conocer⁹. Las autoridades venecianas quizá no fuesen conscientes de la nueva importancia atribuida al elemento «intelectual» del arte (es decir, la *conceptio* del artista) por la emergente teoría renacentista del arte. Parecen haber pensado en líneas medievales, y valorado la pericia de Marcantonio. Si era capaz de hacer buenas versiones de las composiciones de otro artista, entonces todo estaba bien. Durero, en consecuencia, no consiguió que la Signoria tomase otra medida judicial que la de prohibir a Marcantonio utilizar las iniciales de la firma. Marcantonio era libre de ejercer, en un sentido literal, su *copyright*, su derecho a copiar; simplemente no se le permitía hacer pasar esas copias por originales de Durero¹⁰.

Las copias que Marcantonio hizo de Durero están en cierto sentido más cerca de las transgresiones del *copyright* con fines comerciales (como piratear las ilustraciones para prendas de *Calvin and Hobbes*) que de la práctica renacentista de emulación. Tuvo la suerte de que su medio de reproducción (el grabado) tenía aún un importante componente manual, y las autoridades lo dejaron libre: era «su propio trabajo». Esta línea de razonamiento se ha vuelto imposible con las actuales formas digitales: cualquiera puede descargar archivos musicales o copiar ilustraciones con un escáner sin poseer una especial destreza. Pero los artistas del Renacimiento no iban a mirar ociosamente mientras los grabadores pirateaban sus diseños. Querían hacer ellos mismos las copias o bien supervisar y controlar la producción: en un movimiento que recuerda un tanto a las actuales administraciones públicas y empresas que contratan sus propios piratas informáticos, Rafael contrató a Marcantonio como grabador oficial. Aunque difícilmente se les podría acusar de regularidad, Rafael y Marcantonio firmaron varias obras con el nombre de ambos, de una manera que resaltaba la distinción entre creador y grabador: RAPHAEL INVENTIT y MAF (Marcantonio *fecit*). La naturaleza exacta de su acuerdo empresarial sigue sin estar muy clara, y las normas referentes a las copias impresas siguieron siendo confusas durante mucho tiempo. Algunos artistas eran contratados por los impresores, o eran ellos mismos quienes contrataban a impresores, pero los artistas muertos constituían una caza justa para todos: en el siglo XVI se produjeron muchas copias supuestamente (pero no siempre de hecho) basadas en obras de el Bosco.

Pero fue el método más revolucionario de reproducción y multiplicación el que condujo a los comienzos de la regulación estatal: la impresión de

⁹ Elizabeth BROUN, «The Portable Raphael», en *The Engravings of Marcantonio Raimondi*, Carolina del Norte, Chapel Hill, 1981, p. 22.

¹⁰ Véase el análisis que Hubert DAMISCH hace de este tema en *The Judgement of Paris*, Chicago, 1996, pp. 81-83.

libros. Los «privilegios» reales daban a los editores el derecho exclusivo a publicar cierto libro durante un período específico, pero no era tanto una legislación sobre el *copyright* como una forma de control estatal¹¹. En Inglaterra, la censura dejó de ser el factor dominante con el *Estatuto de la Reina Ana* de 1709, pero en Francia, el *ancien régime* siguió utilizando su sistema de privilegios para bloquear la publicación, lo que condujo al florecimiento de una cultura clandestina de «superventas ilegales»¹². En el sistema contemporáneo de *copyright* parecemos ser testigos de un retorno parcial a la lógica que había tras el antiguo sistema de privilegios, antes de la llegada de la moderna legislación sobre el *copyright*: como aquellos, las acciones empresariales contra «las infracciones del *copyright*» tales como la *Barbie distorsionada* de Napier equivalen a un régimen de censura.

La legislación sobre *copyright* del siglo XVIII y comienzos del XIX estuvo estimulada principalmente por el deseo de permitir a los autores obtener unos ingresos decentes, y de esa forma poder crear nuevas obras. La atención se centró inicialmente en los escritores: la primera ley sobre *copyright* estadounidense, promulgada en 1790, trataba exclusivamente de libros y mapas; pero enseguida quedó claro que era insuficiente. Una enmienda de 1802 amplió la ley a grabados y aguafuertes, mientras que las composiciones musicales se añadieron en 1831. Populares pintores del siglo XIX como Delaroche y, posteriormente, Holman Hunt y Alma-Tadema se hicieron adeptos a explotar sus derechos de reproducción vendiéndoselos a marchantes de arte como Goupil y Gambart, que después los arrendaban a los grabadores para producir prestigiosas copias.

Aunque la venta de derechos de reproducción era una importante fuente de ingresos para muchos artistas, que se añadía a los obtenidos de la venta de los cuadros reales, sucedió repetidamente que un pintor estaba dispuesto a vender sus derechos de reproducción a precio de ganga si el editor estaba dispuesto a invertir en un soberbio grabador. Estos artistas eran completamente conscientes de que las reproducciones de sus obras resultaban cruciales para su reputación, dado que los cuadros reales estaban a menudo escondidos en colecciones privadas¹³. Goupil y Gambart también se dieron cuenta rápidamente de las posibilidades de la fotografía: en 1858, Goupil publicó un *catalogue raisonné* de la obra de Delaroche, con ilustraciones fotográficas, así como una serie de reproducciones titulada *Galerie photographique*. En algo cercano a una ironía histórica, Goupil incluso publicó fotografías de copias hechas por Raimondi. Sin embargo, la nueva forma de reproducción demostró ser una ventaja a

¹¹ Royce WHALE, *Copyright: Evolution, Theory and Practice*, Londres, 1971, pp. 1-7.

¹² Véase Robert DARTON, *The Forbidden Best-Sellers of Pre-Revolutionary France*, Nueva York, 1995.

¹³ Stepehn BANN resalta este punto respecto a Delaroche en su libro *Parallel Lines: Printmakers, Painters and Photographers in Nineteenth-Century France*, New Haven, 2001.

medias: a otros les era comparativamente fácil hacer copias fotográficas de los grabados publicados por Goupil y Gambart, y ofrecerlas más baratas. Los marchantes respondieron a esta amenaza intentando que se procesase a los fotógrafos por piratear «sus» grabados. Los intentos fueron normalmente ineficaces, sin embargo, debido a las limitaciones de las leyes europeas¹⁴.

Por grande que fuese el conflicto sobre la reproducción mecánica, los artistas seguían conservando su *copyright* manual. Todavía hoy podemos ver a numerosos artistas trabajando en copias de las pinturas de los antiguos maestros en muchos museos europeos; ni que decir tiene que estos mismos museos exprimen al máximo su *copyright* cuando se trata de la reproducción fotográfica en libros o revistas. Como norma general, la «imitación» en la pintura y el dibujo se mantuvo libre de complicaciones jurídicas, pero bajo la influencia de las nociones románticas del arte, la copia y la cita se fueron viendo cada vez más como pecados *artísticos*. El culto a la originalidad provocó una especie de posesividad entre los artistas: ciertas formas o tipos compositivos eran «suyos». En este sentido, la actitud censora del Romanticismo y de los movimientos artísticos contemporáneos hacia el robo artístico quizá hayan posibilitado que acabara considerándose una ofensa jurídica. Quizá Aby Warburg comprendió esto al describir la oposición existente, desde el punto de vista jurídico, entre el culto contemporáneo a la originalidad y el uso que Durero hizo de un modelo italiano para copiar su representación de Orfeo. Utilizando un juego de palabras, Warburg sugirió que si un juez investigase las pruebas del «*Prozess* artístico» de Durero, quedaría claro que también él había robado cosas y que no era «un individuo en el moderno sentido de la palabra»¹⁵.

El triunfo del legalismo es un acontecimiento reciente. Durante casi dos siglos, los derechos de reproducción hicieron referencia principalmente a la protección de autores, editoriales y artistas contra la «copia» de libros completos, cuadros (mediante impresiones), etc. Es decir, hacía referencia a la empresa de Raimondi (la reproducción), no a la de Reynolds (la emulación). Sólo en las últimas décadas, el *copyright* se ha ampliado para incluir fragmentos de composiciones musicales o vagas similitudes en el argumento. Se han inflado también de otra manera apenas percibida: para un teórico de la pintura como Reynolds, era evidente que los pintores deberían representar escenas de grandes obras literarias, y nunca le habría

¹⁴ Robert VERHOOGT, «Kunsthandel in prenten. Over de negentiende—eewse kunsthandel van Goupil en Gambart», en *Kunstlicht* 20, 1, pp. 22-29; y «Artistic Piracy: Modern Conflicts of Artistic Copyright in Historical Perspective», <http://www.unites.uqam.ca/AHWA/Meetings/2000.CIHA/Verhoogt.html>.

¹⁵ La palabra *Prozess* significa al mismo tiempo, como en castellano, procedimiento y juicio en alemán. Manuscrito de Aby Warburg citado por Charlotte SCHOELL-GLASS, *Aby Warburg und der Antisemitismus. Kulturwissenschaft als Geistespolitik*, Frankfurt, 1998, p. 87.

entrado en la cabeza que eso pudiese causar problemas judiciales (en parte, es cierto, porque los creadores originales llevaban tiempo muertos). Pero cuando se utilizaron relatos cortos y novelas como base para las películas, a comienzos del siglo xx, pronto se convirtió en norma que los estudios pagasen a los autores por los derechos cinematográficos¹⁶. Incluso en una fecha comparativamente temprana, el *copyright* infringió la práctica artística establecida, tal como tomar una obra de un medio como base para una obra en otro. Al igual que en casos más recientes, esto provoca una limitación de las posibilidades de intervención cultural activa: solo los grandes estudios pueden comprar los derechos de ciertos libros, y demandarán a cualquiera que haga una versión diferente (quizá superior, quizá crítica). «Oficialmente», todo esto está diseñado, por supuesto, para «proteger a los autores»; ¿pero no se beneficiarían los autores sustancialmente, en cualquier caso, de las ventas de los libros en los que se hubiesen basado uno o más «grandes largometrajes»? Podrían también beneficiarse si un estudio considerase adecuado pedirles, pagándoles, que promocionasen una película basada en su libro.

Guerra semiológica

La cultura se ha convertido en un gran negocio, pero los grandes negocios se convierten cada vez más en cultura: ésta es ciertamente una de las causas que producen el actual fundamentalismo jurídico respecto al *copyright*. El capitalismo ha entrado en su fase neoplatónica, con un asomo de idealismo alemán, o en su degradación hasta convertirse en teosofía: el espíritu triunfa sobre la materia mientras las imágenes, las marcas y las experiencias prevalecen sobre mercancías más prácticas. La respuesta planteada por algunos grupos e individuos críticos ha sido el «sabotaje cultural» [*culture jamming*]. Mark Dery popularizó el término, que también ha sido utilizado por Negativland, en un manifiesto de 1993 titulado *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Snipping in the Empire of Signs* [Sabotaje cultural: aniquilar, machacar, emboscar en el imperio de los signos]¹⁷. Si la cultura está en gran medida controlada por empresas multinacionales, para señalar alternativas es necesario someterla a intervenciones críticas. Hay que manipular los signos, mutilarlos; tales actos de «guerra de guerrillas semiológica» (según la cita de Eco incluida por Dery) tienen un poder liberador; constituyen «una política radical en el imperio de los signos».

El sabotaje cultural puede tomar diferentes formas. Para el grupo canadiense Adbusters, significa principalmente la manipulación de anuncios

¹⁶ S. Vaidhyathan, cit., pp. 81-116 y p. 125.

¹⁷ DERY, *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Snipping in the Empire of signs*, <http://www.essentialmedia.com/Shop/Dery.html>; el artículo de Dery se puede encontrar también en otros sitios de internet.

publicitarios, especialmente de ropa, alcohol y tabaco. Sin embargo, el comercialismo de Adbusters (uno puede comprarles productos de sabotaje cultural) los hace parecer otra marca (moderna, progresista, «crítica»)¹⁸. Otro problema más sustancial es que a menudo su mensaje consiste meramente en un tópico políticamente correcto expresado de forma gráfica: el tabaco y el alcohol son perjudiciales, etc. Una versión del anuncio del Vodka Absolut con una botella flácida y el mensaje «Impotente Absoluto» es un humor poco convincente teñido de cierto grado de fari-seísmo puritano. Ciertamente se mantiene dentro de los límites de la sátira convencional, más Alfred E. Neuman que Guy Debord. Es posible que Adbusters sólo sea un pálido ejemplo de la improvisación cultural contemporánea, que incluye también prácticas más inteligentes, pero sus limitados objetivos son característicos de la actual situación. Dery invoca el *détournement* [desvío] situacionista como precedente histórico para las prácticas que él admite. Una comparación más detallada podría ser útil para comprender las transformaciones del arte del robo en las pasadas décadas.

En un artículo sobre el tema publicado en 1956, Debord y Gil Wolman distanciaron claramente el concepto *détournement* de la mera parodia con «efectos cómicos». La parodia tradicional sigue presuponiendo la noción de que existe un original –las parodias de la revista MAD siguen dependiendo de las películas y espectáculos televisivos que ridiculizan–, mientras que el situacionista considera sus «fuentes» nulas y vacías¹⁹. Esto es cierto incluso cuando es necesario «desviar» obras maestras reconocidas, como una película de Griffith. Lo impresionante del *détournement* situacionista (el concepto y, a veces, la práctica) es precisamente la creencia de que el mundo capitalista estaba condenado, como las imágenes y otros materiales de los que había que apropiarse. A los situacionistas, los signos fastuosos que los rodeaban les parecían ya ruinas. Marilyn Monroe era un cadáver bajo una capa de maquillaje; sus días estaban contados. Ésta es una marcada diferencia con la mayor parte de los saboteadores culturales contemporáneos, que están menos seguros de que la historia esté de su parte y no de la de Bill Gates o Michael Eisner. En cualquier caso, hay una sensación de que la propia existencia está amenazada por fuerzas mucho más poderosas de lo que antes se creía. Como es difícil creer que esté a punto de producirse «el ocaso y la caída de la espectacular economía de las mercancías», el arrogante sentimiento de superioridad de los situacionistas ha dado lugar a prácticas más modestas. Pero incluso éstas se arriesgan constantemente a ser objeto de demandas por infracción del *copyright*, mientras que la crítica que los situacionistas hacían al culto a la originalidad y a la obra de arte mercan-

¹⁸ Véase Carrie McLAREN, «Culture Jamming™ Brought to you by Adbusters», <http://www.ibiblio.org/stayfree/9/adbusters.htm>

¹⁹ Guy DEBORD y Gil COLMAN, «Mode d'emploi du détournement», en *Les Lèvres nues* 8 (mayo de 1956), p. 3.

tilizada tuvo lugar en un período en el que los actos de «tomar prestado o robar» no se trataban en absoluto como tales.

La actitud de los situacionistas respecto a la actividad pública varió con el paso de los años. La fundación inicial de la Internacional Situacionista, con la participación de conocidos artistas, fue un paso para salir de la completa oscuridad de la *Internationale Lettriste* y acercarse a algo que semejava de lejos un foco, pero Debord y sus aliados parecen haber creído firmemente que uno podía simplemente sentarse y esperar el inminente hundimiento del sistema. (Cuando el momento estuviese finalmente maduro, uno estaría, por supuesto, dispuesto a producir panfletos para dar a los revolucionarios una sólida base teórica.) El sabotaje cultural de hoy, por su lado, parte de la suposición de que es necesario luchar hasta por los cambios menores, de que la mayoría de los restantes serán a peor, y de que además es muy improbable que provoquen una insurrección contra el sistema. Mientras que los *détournements*, como los incluidos en las películas de Debord, eran a menudo esotéricos y exigentes, el sabotaje cultural es a menudo populista, precisamente porque se pretende que su impacto importe. Esto es así incluso en artistas que remiten explícitamente a los situacionistas, como el director Craig Baldwin, cuya película *Sonic Outlaws* se basa en los problemas de Negativland por utilizar fragmentos de emisión. La actitud comparativamente moderada de Baldwin es evidente a partir de su opinión (manifestada también por Negativland) de que el concepto de «uso razonable» incluido en las leyes sobre *copyright* debería ampliarse para incluir nuevas obras creadas a partir de fragmentos de otras obras²⁰. El impulso parece ser no tanto el destruir la actual cultura capitalista como frenar sus excesos y asegurarse de que la creación artística, de la que el arte del robo es un elemento necesario, siga siendo posible. Siva Vaidhyanathan es otra de las partidarias de esta tendencia; aparte de propugnar una interpretación más liberal del concepto de «uso razonable», sostiene que el *copyright* no debería considerarse un derecho de propiedad, sino un privilegio otorgado a un productor por un número limitado de años.

Durante la década de 1990, las formas de sabotaje cultural han sido adoptadas por personas que no entran en la idea que cualquiera pueda tener de los atrevidos terroristas semióticos: se ha convertido también en parte de la corriente convencional. Los diversos «ataques» contra la Barbie podrían servir de ejemplo. No es sorprendente que este omnipresente ideal plástico de la feminidad haya tenido su cuota de mutilaciones; varían desde una chica de mi supermercado local que lleva una camiseta con el texto «BARBIE IS A SLUT» [Barbie es una guarra] a diversos sitios de Internet sobre Barbie e incluso a la canción de Aqua de 1997, *Barbie Girl*. Aunque la insulsa canción de Aqua no era probablemente lo que Dery

²⁰ Véase «No Copyright? A talk with *Sonic Outlaws* Director Craig Baldwin», en <http://www.deuceofclubs.com/write/baldwin.htm>

tenía en mente cuando escribió su manifiesto, demostró ser suficientemente amenazadora —«la vida de plástico es fantástica»— como para que Mattel entablase una demanda. Quizá la simple mención en la letra de términos inexpressables como «*banky-panky*» [meterse mano] se considerase un ataque contra la esencia de Barbie: un brillante e inmaculado fetiche sin orificios. Para Mattel, esto *era* sabotaje cultural puro y duro. Sus abogados entraron inmediatamente en acción, pero Aqua tenía tras sí el respaldo de una gran empresa discográfica dispuesta a entablar una costosa lucha judicial, y salieron victoriosos²¹. Mark Napier, al no tener tal respaldo empresarial, decidió hacer una versión más abstracta del proyecto *Distorted Barbie*, donde las imágenes ya no se reconocían como Barbies. Es posible que, en realidad, la obra haya salido beneficiada: las imágenes posteriores tienen una fuerza increíble, del que carecían las primeras, más literales. Aun así, es una aleccionadora ilustración del estado de cosas. Uno podría mirar con desconfianza las formas convencionales de sabotaje cultural: de nuevo, algo radical es cooptado. Por una parte, el hecho de que los ataques contra Barbie procediesen de diferentes puntos, y que varíen desde el entretenimiento convencional al arte y la subcultura, se podría considerar una señal esperanzadora: la cultura sometida a *copyright* es atacada en todas partes, y las propias empresas que la explotan se ven a veces obligadas a volverse y luchar.

Aunque no es muy probable que estos *détournements* conduzcan a la destrucción de ese símbolo de la cultura popular, como cree Napier, sí pueden introducir significados indeseables desde el punto de vista de Mattel. Esto no significa la destrucción, sino la transformación del símbolo, un proceso con resultados imprevisibles. De nuevo, parece que el sabotaje cultural de hoy en día no tiene por objetivo la destrucción de la sociedad capitalista, sino más bien abrir espacios desde los que poder criticarla y cambiarla. A este respecto, el precedente histórico de muchas prácticas contemporáneas no está tanto en las extremas ambiciones de los *détournements* situacionistas como en la idea barthesiana de una «mitología de segundo grado»: un secuestro con fines críticos de los «mitos» de la cultura de masas, sin presuponer necesariamente que el fin del capitalismo esté a la vuelta de la esquina²².

Para los situacionistas, por supuesto, Barthes era prácticamente tan radical como Eisenhower o De Gaulle; pero si bien apartarse del maximalismo puede conducir a una especie de crítica al estilo Biedermeier, satisfecha de ponerse objetivos pequeños e inmediatos (como los de Adbusters), una sobria evaluación de las posibilidades y los problemas del «sabotaje cultural» es en sí positiva, y algunos *détournements* contemporáneos (por

²¹ Naomi KLEIN, *No Logo*, Londres, 2000, pp. 180-181 [ed. cast.: *No logo: el poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001].

²² Roland BARTHES, *Mythologies* (1957), trad. al inglés Annette Lavers, Nueva York, 1972, p. 135 [ed. cast.: *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI, 2000].

ejemplo, algunas páginas de internet) son bastante atrevidos e ingeniosos. El problema sigue siendo que probablemente tales prácticas se encuentren con dificultades judiciales; pero eso solo resalta la necesidad de practicar ampliamente el arte del robo; de muchas artes del robo paralelas, tanto convencionales como marginales. Sólo la continuación y la intensificación del sabotaje cultural pueden dar impulso a las iniciativas necesarias para reformar las leyes sobre el *copyright*.

La apropiación institucionalizada

A finales de la década de 1970 y durante la de 1980, la apropiación se consideró la estrategia por excelencia del arte posmoderno: la apropiación de material preexistente sabotaba el culto del movimiento moderno a la originalidad y a la autenticidad²³. Artistas como Richard Prince y Sherrie Levine «refotografiaron» anuncios y obras de fotógrafos clásicos como Evans y Weston. Levine copió también cuadros y dibujos de Schiele, Stuart Davis y otros artistas encuadrados en el movimiento moderno. Los teóricos encontraron precedentes de este arte de apropiación en el *ready-made* y en el *collage*; éstos se contrastaban, como las estrategias vanguardistas radicales, con el movimiento moderno «oficial», que tenía como objetivo la profundidad, la autenticidad y la originalidad.

Sin embargo, la crítica posmoderna a la originalidad chocó con el ya establecido concepto de la propiedad intelectual. Como hemos visto, los situacionistas fueron más o menos libres de criticar la creencia del movimiento moderno en la originalidad y el reino del espectáculo desviando imágenes de los medios de comunicación y textos, sin tener que enfrentarse a consecuencias judiciales. En la década de 1960, mucho más públicamente, Andy Warhol reutilizó carteles publicitarios y fotografías de prensa (así como diseños de productos como la Coca-Cola y bayetas jabonosas Brillo) sin meterse en problemas. Pero cuando Jeff Koons utilizó imágenes de postales cursis para algunas de las esculturas que realizó en la década de 1980, lo demandaron. En el juicio referente a la escultura *String of Puppies* (1988), el artista y su abogado utilizaron una estrategia derivada (consciente o inconscientemente) de la defensa que Marcel Duchamp hizo de su *Fuente* (1917), el famoso orinal firmado por «R. Mutt». Duchamp defendió anónimamente la obra del «Sr. Mutt» basándose en que había «creado una nueva idea para ese objeto»²⁴. Duchamp, por supuesto, no se enfrentaba a una demanda judicial; reaccionando contra el culto a la originalidad, defendía el derecho artístico del «Sr. Mutt» a firmar un orinal y presentarlo como una obra de arte. Con similares argumen-

²³ Véase Douglas CRIMP, *On the Museum's Ruins*, Cambridge, Massachusetts, 1993; y Craig OWENS, *Beyond Recognition; Representation, Power and Culture*, Berkeley, 1992.

²⁴ Anónimo [Marcel Duchamp, posiblemente con Beatrice Wood], «The Richard Mutt Case», en *The Blind Man* 2 (mayo de 1917), s.f.

tos, Koons afirmó que había imbuido a la imagen de la postal de «espiritualidad» y «animación» al llevarla «a otro vocabulario». Esta línea de defensa fracasó; en 1990, se falló que Koons había infringido el *copyright* del fotógrafo²⁵.

Si hay algún peligro en que el arte del robo se practique dentro del mundo del arte, radica en el extendido silencio referente a tales casos y demandas de *copyright* en general. Los recientes debates sobre el robo artístico han sido curiosamente descuidados por las instituciones y publicaciones de arte más establecidas, como si fuese mejor dejar estas cuestiones a activistas cuyos riesgos económicos no son tan elevados. A pesar de este código de silencio, los artistas que se apropian de imágenes (de revistas, cine o televisión) tienen que emplear ahora una considerable cantidad de tiempo y dinero en procesos judiciales. Esto quizá no les resulte tan arduo a los «grandes» artistas, pero ciertamente lo es para los que tienen un menor éxito comercial. Es de esperar que los artistas empiecen a tratar este problema de manera más abierta, dejándolo penetrar en su obra para convertirlo en una cuestión más pública.

Un ejemplo de dicho enfoque es el del proyecto «Ann Lee» de Pierre Huyghe y Philippe Parreno. Estos artistas han comprado los derechos de reproducción de un personaje manga japonés, Ann Lee, y la han convertido en protagonista de diversos vídeos de animación digital. En el vídeo *Two Minutes Out of Time* (2000) de Huyghe, Ann Lee habla al espectador de que es un «signo» diseñado por una empresa y «puesto en venta». Al principio, pide al espectador dos minutos de su atención, «dos minutos de tu tiempo lineal. En cualquier caso es más de lo que yo habría utilizado en una historia antes de ser olvidada [...]». El comentario hace referencia al hecho de que Ann Lee recibió atributos que la habrían convertido en un personaje muy secundario, prácticamente inadvertido (como para reflejar esto, los artistas cambian la grafía del nombre, Ann Lee, AnnLee y Annlee). Huyghe y Parreno, por así decirlo, la han rescatado de su destino y le han dado voz. El vídeo de Huyghe es extrañamente conmovedor: contemplar con ojos ajenos a este ser generado por ordenador es como ver a un esclavo hablar de su vida como propiedad de alguien; Ann Lee es una sierva virtual. Al comprarla, los artistas participan en la economía del *copyright*, pero al hacer público este acto de compra y elaborarlo en sus vídeos, rompen el silencio del mundo del arte.

Huyghe, que a menudo utiliza material cinematográfico antiguo, ha tenido su buena ración de demandas por derechos de reproducción, y ha hecho repetidamente referencia a ellas en sus obras. En la instalación de vídeo titulada *The Third Memory* (2000), dos proyecciones adyacentes presentan al antiguo ladrón de bancos John Wojtowicz, cuya historia

²⁵ Geoffrey BACHEN, «Post-Photography», en *Each Wild Idea: Writing, Photography, History*, Cambridge, Massachusetts, 2001, p. 124.

contó Sydney Lumet en *Tarde de perros* (1975)²⁶. Wojtowicz cuenta su versión de la verdad histórica, al tiempo que se queja de las manipulaciones del FBI y de Warner Brothers, que, según afirma, todavía le debe dinero. A pesar de su posición desvalida, Wojtowicz es en cierto sentido como Warner Brothers y otras empresas similares: quiere que le paguen por completo su *copyright*. Lo que diferencia su caso es que también quiere reclamar la historia de su vida: solo él puede contar la verdad. Es posible que los pagos de la Warner Brothers resulten prácticos desde el punto de vista económico, pero uno saca la impresión de que en realidad lo que Wojtowicz quiere es lo que Huyghe le ofrece: la oportunidad de decir qué sucedió en el banco, que el FBI lo traicionó y mintió sobre él, y que Warner Brothers siguió por el mismo camino.

Sin embargo, cuando las luces del irreal y estilizado escenario se encienden y enseguida se apagan, se tiene la impresión de que es sólo un sueño constantemente modificado por Wojtowicz. Consigue repetirlo todo, pero esta vez él tiene el control, aunque solo sea por ser el narrador de una historia cuyo resultado está ya determinado. De esta forma, Huyghe no demuestra tanto «la verdad que hay tras *Una tarde de perros*» como a un hombre enredado en el mito en el que se ha convertido su vida. La advertencia del FBI incluida por Huyghe deja claro que trabajar con un mitología sometida a *copyright*, en la que *Una tarde de perros* es un elemento fundamental, constituye una empresa difícil. Como *détournement* barthesiano de *Una tarde de perros*, como mito de segundo grado realizado a pesar de tales obstáculos, *The Third Memory* es una de las meditaciones más complejas y que más hace reflexionar sobre el actual estado de nuestra cultura sometida al *copyright*.

¿Pero en qué medida son persuasivas las reivindicaciones de la naturaleza crítica de la apropiación del arte si tenemos en cuenta que artistas como Sherrie Levine o Richard Prince, y artistas más jóvenes como Huyghe, se han mantenido en gran parte dentro de los confines de las instituciones del mundo del arte, y su obra está absolutamente mercantilizada? Se podría contemplar el arte de la apropiación como la domesticación del *détournement*, por un mundo del arte ansioso por mostrar cierto aspecto de compromiso crítico intelectual. La relación de los situacionistas con el arte fue bastante incómoda; la IS se definió como vanguardia *revolucionaria*, no *artística*, y el hecho de que Asier Jorn y otros artistas del grupo vendiesen su obra para vivir nunca se aceptó verdaderamente²⁷. Los *détournements* en los contextos del arte y la literatura sólo eran aceptables para mostrar que «las antiguas esferas culturales» estaban obsoletas. El verdadero espacio del *détournement* estaba fuera de esos campos especializados: en panfletos, revistas, carteles o películas. Por

²⁶ Véase el catálogo de la exposición *Pierre Huyghe. The Third Memory*, París, 2000.

²⁷ Anónimo, «L'Avant-garde de la présence», *Internationale Situationniste* 8 (enero de 1963), pp. 20-21.

contraste, muchos profesionales contemporáneos que se apropian del imaginario parecen estar bastante satisfechos de mantenerse en el mundo del arte, ahora convertido en una subdivisión del sector cultural, aunque todavía con normas propias especiales.

Esto significa que la recepción de su trabajo está en buena medida condicionada por la categoría de *oeuvre*: el vaquero de Marlboro refotografiado por Richard Prince es al menos tanto un símbolo de la obra de Richard Prince (presentado en retrospectivas y catálogos) como la deconstrucción de un símbolo de masculinidad y de la utilización que la industria del tabaco hace de ese símbolo. Sin embargo, es precisamente porque el hombre de Marlboro ocupa su lugar en la obra de Prince, entre, por ejemplo, «pollitos motoristas» refotografiados, por lo que el resultado es más interesante que una versión tabaquera del «Absoluto Impotente». Una *oeuvre* como la de Prince puede estar mercantilizada y firmemente encerrada en el mundo del arte, pero su posición le permite ir más allá del lema. Hacen falta también formas del arte del robo más directas y activistas, pero sería un inmenso empobrecimiento el barrer los enfoques más complejos. En una cultura propiedad en gran medida de empresas monolíticamente intolerantes, las iniciativas para reformar las leyes del *copyright* no pueden sino ganar impulso si el arte del robo se practica en contextos ampliamente diferentes y de diferentes formas, que varíen de lo complejo a lo inane, de lo beligerante a lo sutil, de la subcultura a lo convencional y de las bellas artes a las canciones pop.