

¿No nos hemos visto antes en algún sitio?

El autor presenta el trabajo de Matthieu Laurette y lo relaciona con las estructuras actuales

de difusión y de mercado y con actitudes artísticas de las pasadas décadas.

ES EXTRAÑO, YO HE VISTO
ESA CARA ANTES...

Aparecer/ En marzo de 1993, Matthieu Laurette participa en el juego televisado *Tournez manège* (La rueda de la fortuna), y declara sobre el plató que es un artista. En realidad, se ha convertido en artista por su declaración¹.

Varios ensayos preceden a la grabación. La emisión está preparada, cada candidato conoce sus preguntas. Laurette va a participar en las imágenes. Este juego televisado le interesa porque es grabado en directo, porque se basa en unos mecanismos cínicos de rotación propios del paso por televisión: “¿A quién le toca? ¡Siguiente!”, porque insinúa que el juego y sus participantes pasan desapercibidos en el flujo televisivo. La primera parte del juego se titula *Choisissez-moi*. Se trata de elegir a un chico entre tres y a una chica entre dos a través de una serie de preguntas y respuestas. Una vez que los tres chicos han seleccionado a una chica, ésta designa al chico que le gusta. Laurette no es elegido, la rueda gira *back to life* (de regreso a la vida). A los ojos del público, su participación termina ahí, *back to reality* (de regreso a la realidad). Sin embargo, los dos minutos, en apariencia anodinos, durante los cuales él ha entrado en la TV constituyen una reserva sonora y visual que

va a (hacer) citar, difundir, organizar, contar, remezclar, hasta el punto de alterar las referencias y de establecer la idea según la cual ir a la TV y declarar² que uno es artista es hacerse visible, ser real.

Aparición/ El día en que Matthieu Laurette participa en *Tournez manège*, Évelyne Leclerc se ocupa de las presentaciones y arbitra el *Choisissez-moi*. Cuando pregunta a Laurette qué es lo que quiere ser en el futuro, responde de manera lacónica: “artista”. Ella le pide que precise en cuanto a su medio “pintura, escultura...” y lógicamente “multimedia” no puede faltar en este contexto, puesto que la animadora, encarnación del espíritu televisivo, refleja la atención del público y, convirtiéndose en audímetro televisivo, finaliza con un “bonita respuesta”. *Tournez manège* [Se da la vuelta a la noria]... y aparece el artista. Unos días antes del 26 de marzo de 1993, 200 personas reciben por correo o por fax una invitación para ver *Tournez manège*. La (tele)difusión se anuncia como una exposición personal. La invitación da cuenta de la hora y del canal para “la cita”³. El artista sabe que la aparición define también lo que no ha tomado cuerpo todavía, en el sentido en el que se habla de una sombra de advertencia. Esa es la razón por la cual no ha dirigido la invitación únicamente a conocidos.

La aparición es la manifestación sensible de una persona o de un ser cuya presencia no se sabría explicar por el curso natural de las cosas (Larousse). Es necesariamente breve, puesto que se trata del acto de aparecer. Se distingue de la visión en que supone la existencia real del objeto percibido o de la persona vislumbrada.

El 26 de marzo, Matthieu Laurette graba *Tournez manège* y recupera así el material televisivo que volverá a difundir primero tal cual, y luego integrado en otras secuencias de apariciones. *Tournez manège* constituye la primera “aparición” del artista concebido



como tal. Es igualmente la única que suscita una doble lectura al mismo tiempo, sobre el modo de enunciación y sobre el de declaración. Habla de la emergencia⁴ y fomenta al mismo tiempo la puesta en marcha del dispositivo general de las Apariciones desarrolladas a continuación. Puesto que, de hecho, este dispositivo no es posible más que a partir del momento en el que la señalización de la aparición (rostro, silueta o voz, identificadas, y por lo tanto reconocidas) funciona como tal mediante la difusión. Es decir, a partir del momento en el que se ve a Matthieu Laurette varias veces. La integración, dos años más tarde, de una fotografía del público, tomada durante un coloquio en Rennes y publicada en el *Beaux-Arts* de febrero de 1991, se considera como una "aparición" solamente porque mientras tanto él ha aparecido.

Por su modo de consumo ("si no queda satisfecho su dinero le será devuelto", "Garantizamos la devolución del 100%", "Su primera compra le será devuelta"), Matthieu Laurette se convierte en un tema de actualidad. Cuanto más se difunde, más recupera. Difundiéndose solamente en soportes de gran escucha o de gran tirada (prensa, Internet, televisión, radio), a veces las respuestas son considerables (cf. la primera página de *Le Monde*, y los noticiarios de las 13:00 y de las 20:00). Siguen siendo visuales, por lo tanto pueden ser utilizados como aparición, incluso si el motor reside en los contenidos.

Aparecido/ Las *Apariciones* de Matthieu Laurette son umbrales de visibilidad de sí mismo (de su imaginaria), de lo que representa (una forma de economía), de lo que garantiza (una economía paralela), de lo que encarna (un artista). Incluso si los campos económicos de producción y distribución dirigen la inclinación utópica de las *Apariciones*, su sujeto concierne a nuestro sistema económico en su conjunto. No obstante, "si la obra da lecciones a la comunidad, lo hace fortuitamente, en principio, en la medida en la que sirve a su irreducibilidad⁵". Porque haberla visto, hace posible la aparición. Ver a Matthieu Laurette sabiendo que va a aparecer o verlo por sorpresa da a entender que la aparición se inscribe en una percepción necesariamente referida a un "aparecido", es decir, a una aparición anterior, sea televisiva, fotográfica o anunciada. La aparición no viene, sino que deviene, es decir que viene después. Puesto que viene siempre en segunda posición, está relacionada con la segunda vez. En la mecánica de las *Apariciones* de Laurette, aparecer es reaparecer, aparecer una segunda vez, aparecer solamente segundas veces. El dispositivo aparente del artista se sitúa, pues, entre el aparecer y el aparecido. Puesto que sus *Apariciones* desarrollan una dialéctica entre los dos, el artista nos empuja a acecharlas. Es el síndrome (¿televisivo?) del He visto esa cara antes en algún sitio...⁶, con permiso de la TV o sin él, al menos una vez.

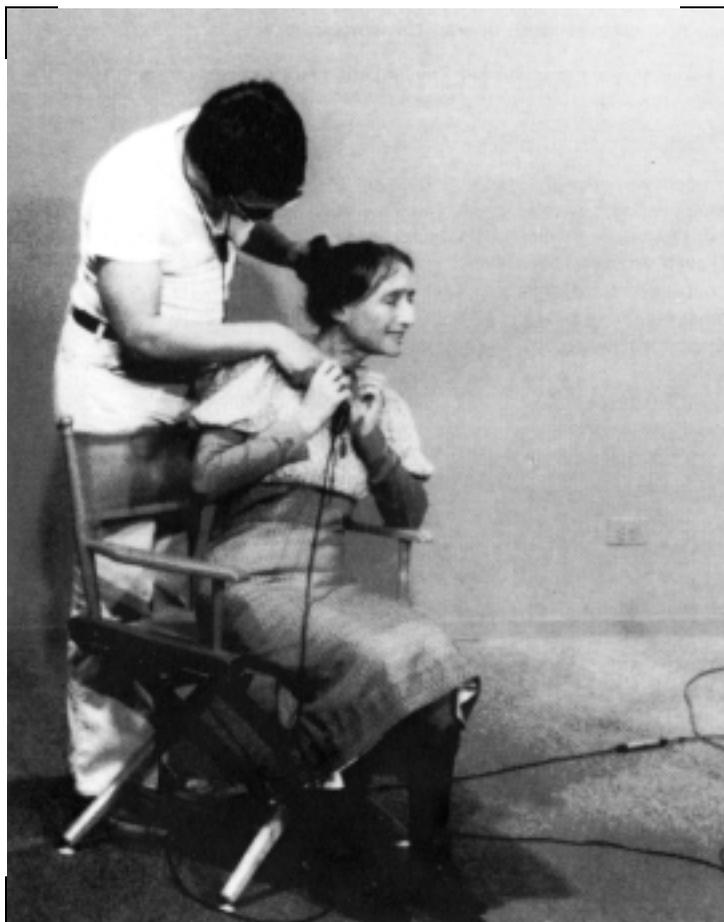
EN LA **mecánica** DE LAS APARICIONES DE LAURETTE, APARECER ES REAPARECER, APARECER UNA SEGUNDA VEZ, **aparecer** SOLAMENTE SEGUNDAS VECES.

EL **dispositivo** APARENTE DEL ARTISTA SE SITÚA, PUES, ENTRE EL APARECER Y EL APARECIDO.

Hacia una dialéctica de la aparición/figurar entre el público es colocarse en los decorados. Aparecer en el seno del público es incorporar lo real a la pequeña pantalla. Bajo la forma de un aforismo, Karl Kraus afirmaba en 1912 “el mejor método para el artista si quiere mantenerse sereno ante el público: estar ahí⁷”. La presencia silenciosa de Laurette en estos rápidos enfoques, desplazamientos y grandes planos, pasa casi inadvertida tanto en el tiempo de la teledifusión como en el de la difusión. Sus incursiones en los públicos de emisión son tanto más difíciles de ver en cuanto que son rápidas y furtivas, como corresponde a una aparición. En algunos casos, el artista se instala en un punto estratégico, en el sentido del plató, en el centro del plano más regular de la emisión. En *Le Cercle de Minuit*, ya no aparecía de repente, estaba allí. Preparadas, o más bien puestas una detrás de otra en la serie cronológica de su emisión, estas *Apariciones* adoptan el ritmo de su preparación. A la brevedad y a la rapidez de los movimientos y de los planos generales de públicos proporcionados por la televisión, responde la del montaje controlado por el artista. Estas imágenes impulsan a permanecer vigilante ante el televisor, para detectar la presencia del artista en el *all around*⁸ de la TV, dicho de otra manera, entre el público. La sucesión de las *Apariciones* organizadas del artista en estos públicos introduce lo real en las imágenes, y puesto que el artista las reproduce bien, las imá-

genes televisivas se vuelven mucho más fáciles de asimilar que cualquier cosa completamente hecha, por no decir ready made. Insertándose en los públicos convertidos, según sus propias palabras en “el papel pintado” de los platós de televisión, se introduce en el relleno para remitirlo mejor a su propia vacuidad. Querer humanizar un decorado de TV se convierte en querer hacer una tapicería interactiva. Con Laurette se percibe lo contrario, pues lo real se ha deslizado en la TV, en el decorado “del mundo visto desde el poder⁹”. En 1995, Matthieu Laurette deposita sus libros en la biblioteca St. Bruno de Grenoble por un periodo de cinco años. Una centena de obras se convierten en el objeto de una identificación, de un etiquetado sistemático y de una clasificación. Este trabajo deberá deshacerse en el año 2000. Mediante esta dispersión, el artista hace aprehensible una forma de “apariciones a distancia” indexadas según la elección de los lectores. En la clasificación temática de la biblioteca, hay una sección titulada “biblioteca dispersada”. Cada año produce (internamente en DIN A4) un listado cifrado de las consultas realizadas in situ, de los préstamos... Se trata para el artista de un audímetro exacto que mide literalmente sus *Apariciones* a distancia. *Projection, Éliane Soleil, Paris 10.06.98* y *Artist's Studio Spycam* prolongan en cierto modo el proyecto de la biblioteca. Éliane Soleil, prima de la difunta Madame Soleil, está dotada de una capacidad propia de los médiums superior a la media. En la consulta por vídeo que concede al artista a fin de predecir el desarrollo de su “carrera” artística, el plano es fijo y el campo de visión está delimitado a la izquierda por la espalda de Éliane Soleil y a la derecha por el perfil del artista, el cual retoma aquí el “topos” de las *Apariciones* inscribiéndolo con ironía en un juego de previsiones¹⁰, cuya imagen-piloto sigue siendo el mejor intermediario. Quienquiera que observe y escuche esta predicción se reencuentra dentro de una lógica temporal que le coloca sin ningún fundamento entre pronósticos y verificaciones, al menos hasta que el artista alcance “la edad de 60 años, momento en el que se retirará”.

Las apariciones “permanentes” no son posibles más que concebidas en términos dialécticos. *Artist's Studio Spycam* encuentra en *Projection, Éliane Soleil y Paris 10-06-98* su semejante y su contrapunto. Su semejante, porque después de la verificación viene la proyección hecha de transferencias y de apuestas. Su contrapunto, porque queriendo mostrar el trabajo que se realiza en el taller a través de una instalación en visiofonía vía Internet, verifica la proyección en tiempo real que encarna en vivo, haciendo que se unan así verificación y proyección. Por este motivo, *Artist's Studio Spycam* es necesariamente activado en una nueva versión (1.0, 1.1, 2.0... según el lugar y la versión), no necesita ser “reactivado”. Se trata de un directo “a” la imagen verdaderamente concebida sobre los resortes dialécticos de las posibilidades inherentes al concepto de aparición.



Chris Burden TV-Hijack 1972

UNA HISTORIA DE CANALIZACIONES
Visto en TV/ Matthieu Laurette ha querido ir a ver desde dentro y no mostrar un estudio ficticio, pintar un plató de TV o hacer unas copias de vídeo para hablar de la televisión ilustrando su discurso. Por otra parte, estas cosas son exploradas por otros, en vano. Por lo demás, no nos hallamos ya en las lógicas próximas a las de los años 70 que aspiraban a introducir en su época lo artístico en el campo televisivo, en el doble sentido de un terreno y de un marco. La forma de introducir el arte en la televisión¹¹ en los años 70 nos enseña que el espacio televisivo difunde el arte. Y presentado como tal, queda un espacio de difusión fuera del o de los correspondientes al arte. Se trata de arte en televisión. De la *Fernseh Gallery* de Gerry Schum al *TV-Hijack* de Chris Burden, caso límite donde el artista secuestra a la presentadora de la emisión y exige que sus imágenes sean difundidas para que la libere, los artistas nos muestran que lo que está en juego concierne ante todo a la naturaleza misma del espacio de difusión. En la era del artista y de la *obra* como flujos actuando sobre lo *real*, los dilemas persistentes entre espacio de representación y de presentación¹², vídeo y televisión¹³ parecen dirigirse en adelante a la nemotecnia. Estos “años setenta” han creado su cine queriendo introducir su trabajo en la TV, considerada como un modo de acceso dominante. Pero ¿puede hacerse cine en la televisión? Mostrar arte en la TV, es decir, en canales reclamados u ocupados, es desear, a fin de cuentas, *Arte*. La cadena *Arte* se creó 20 años más tarde en el mismo espíritu, pero el arte no está siempre allá donde uno cree. *Arte* ha debido así dar a luz a su niña *Metropolis*, la emisión tematizada de la cadena no obstante temática. Respetar la canalización para introducirse en el molde durante un momento, es adoptar códigos. De ahí se deriva la violencia premonitoria de *TV-Hijack* de Burden.

Puesto que sus modos de acceso a la imagen televisada son los mismos que los de la televisión para con el mundo, Laurette se ha convertido en el Señor pagado por los canales que ha traspasado.

Canalización, difusión/ El artista localiza, participa, graba, organiza, difunde. La última operación contiene las cuatro precedentes. Laurette utiliza los canales genéricos de difusión como la TV y la prensa. Sus soportes son heterogéneos y específicos: de los anuncios en TV (Rápido anuncio sobre MCM) a los publicados en los periódicos (*Libération*, *Info annonces*, *Le 38 annonce*, *Booking*, *Free Lance*, *Troc tout*) de los plató de TV (*Tournez manège*, *Trou-frou*, *Je passe à la télé*, *Nonante*, *J'y crois, j'y crois pas*) a los públicos de plató (*Le Cercle de minuit*, *Français si vous parliez*, *Vincent à l'heure*), del tema de actualidad (JT de TF1 y de France 2, radio Nova y FG), a los pasatiempos de prensa (*New Look*, *L'itinérant*), de los pasquines y listas distribuidos por la calle y fuera de las instalaciones (*Consommez, c'est remboursé*, FNAC, *La Folie des produits satisfaits ou remboursés*, La Villette, *Le Showroom des produits remboursés*, 28 rue Rousselet) a la difusión de este método en la red del metro parisino.

Los métodos que aplica no son suyos, llegan a serlo a través de la difusión que él les da. Matthieu Laurette se convierte en el niño mediático telegénico que las cadenas muestran una y otra vez, una especie de “rey del cupón respuesta”¹⁴. La prensa hace de él y de su modo de vida el síntoma social de una “época en crisis”. Convertido en sujeto de sociedad, suscita la admiración televisiva propia del “¡esto funciona!”. Desde el principio, Matthieu Laurette se sirve de su sistema de consumo para recuperar imágenes y poner en su lugar una economía paralela que trata de inscribirse en los canales existentes para que la información se transmita bien y las imágenes sean reexplotables. Lejos del “*think remboursé, think Laurette*” (piensa en reembolso, piensa en Laurette), se ha creado un lugar a la sombra del sistema mercantil, de los media y de la difusión de la información, creándose un tiempo en sus mecanismos. Como lo señalaba Jack Smith ya en los años 50, “si nadie habla de los problemas de la vida cotidiana se vuelve exótica”¹⁵ y mediatizándola se aleja más. Como fenómeno secundario de una economía paralela, el sistema de consumo de Laurette se ha insertado en los medias y, desde lo alto de su ejemplaridad, se ha asentado sobre el banquillo de la pompa mediática. La manera en que Laurette inscribe y desarrolla este método en el campo de los media y la manera en que lo ha hecho reaparecer en su trabajo denotan una lucidez que nos lleva al análisis crítico de subculturas de Dick Hebdige. En su opinión, “la manera en que las subculturas se representan en los media las hace más y menos exóticas de lo que son realmente”¹⁶.

Del *shopping* al *showroom*/Por deformación profesional, se puede encontrar a menudo a Laurette en los supermercados. Pero es en su casa donde controla sus cuatro cuentas bancarias, inventaría sus existencias, informatiza su correspondencia y ficha cada producto. Comprar y consumir son sus consignas. Por otra parte, sólo sobre esta base se hace reembolsar, sabiendo que al mismo tiempo se necesita una inversión de partida para que la explotación de este sistema sea posible, inversión que debe necesariamente recuperarse.

De *Nourissez un artiste pour 100 francs* en casa de Ghislain Mollet-Viéville a *Showroom des produits remboursés* en la rue Rousselet de París, el artista demuestra que si todo producto es vendible, es ante todo porque es comprable. En términos económicos, lanzar un producto de consumo corriente con el cebo del reembolso permite sondear en términos cuantitativos las relaciones entre la circulación de las existencias y las demandas de reembolso. El artista hace girar esta máquina económica haciendo compras con su dinero y el de todos los que desean ver inscritas en sus extractos de cuenta las señales de un trabajo que se constituye en una especie de “seguridad social alimentaria”¹⁷.

El propio Matthieu Laurette asegura la publicidad de esta circulación monetaria colocada bajo el nombre de Ghislain Mollet-Viéville

DE LA FERNSEH GALLERY DE GERRY SCHUM AL **TV-Hijack** DE CHRIS BURDEN, CASO LÍMITE DONDE EL ARTISTA SECUESTRA A LA PRESENTADORA DE LA EMISIÓN Y EXIGE QUE SUS IMÁGENES SEAN **difundidas** PARA QUE LA LIBERE, LOS ARTISTAS NOS MUESTRAN QUE LO QUE ESTÁ EN **juego** CONCIERNE ANTE TODO A LA NATURALEZA MISMA DEL ESPACIO DE DIFUSIÓN.

haciendo realidad para todos el deseo de que el dinero les “reembolsado por las mayores marcas”.

Comprar productos, exponerlos durante tres días sobre unas mesas en un garaje del distrito VII de París, venderlos con su ticket de caja para que el reembolso sea posible, vuelve a dominar la circulación del producto en la esfera de su difusión. Signos del tiempo, las *shopping bags* se vuelven gratuitas y ahora se llenan. ¿Mirar o consumir? He ahí la pregunta realizada por el *showroom*, pregunta reactivada un año más tarde por la lotería de Utrecht donde el “todo para desaparecer” propio del sistema de lotería utilizado por el artista suplanta el promocional “todo debe desaparecer” de las grandes y pequeñas liquidaciones. La devolución progresiva de los lotes a los ganadores constituyen el desmontaje de la exposición bajo la forma de un reabastecimiento a la inversa.

Dispositivos móviles/ En Laurette, la imagen y la economía paralela describen espacios que no son tautológicos en relación con los campos que tratan de infiltrar. La imagen no dice que sea una. La economía paralela trata de mantenerse ante todo como una economía personal. Matthieu Laurette adopta los mismos principios mecánicos y metodológicos que los que confiere. El camión *Vivons remboursés* retoma los códigos del camión expositor de los mercados, su participación en *Mobil TV* de Pierre Huyghe se inscribe en los códigos televisivos instaurados. El *Showroom* no ha sido repintado, sino que se ha dejado de color azul piscina, tal y como el artista Koo Jong-A lo había querido antes de que Laurette se instalara allí. Estos espacios no funcionan ya como espacios de exposición pero les conciernen directamente. Su molde se inspira en la circularidad y el reciclaje de prácticas económicas autodirigidas. Su alcance es político. La movilidad de los dispositivos llega por su parte a invalidar o volver parciales los discursos que tratan de limitar al individuo, sus métodos, su trabajo, su “(des)producción”. La prensa generalista ha seleccionado un tipo de consumo para mejor soñar así con una economía nueva. La más demagógica ha descrito al personaje como dotado de una “desenvoltura propia de fin de siglo”, demostrando una vez más que para los media, las minorías no son aprehensibles más que desde el punto de vista de la mayoría, es decir, del suyo, es decir, de nadie. El artista considera a la prensa artística únicamente como un soporte posible de apariciones porque los órganos de difusión que le animan forman parte perceptiva de “la comunicación misma del arte gestor de aparición en el primer sentido del término¹⁸”. Se trata de un código suplementario. Matthieu Laurette no aparece en estos soportes más que como artista y con el mismo título que los otros, siendo su trabajo constituyente y constitutivo del discurso (del) crítico. Pero ver el trabajo de Laurette únicamente en términos de estrategias incluso lingüísticas, de infiltración de los media, de perturbaciones, de inserciones, de parasitajes o de contami-

naciones (o ¿cómo creer en las pequeñas revoluciones?), revela ante todo la naturaleza de los fantasmas transferidos sobre dispositivos de este orden. “Infiltrar los media y tomarse uno mismo por un virus es una estupidez casi tan grande como creer que hay una conspiración para ocultar la muerte de Eddie Barclay¹⁹”.

DE LA DIFUSION AL “LIVE”, CUESTIÓN DE SOPORTE

El material artístico/ El artista no se toma por un “virus”, más bien se considera como el material práctico de su trabajo. Entre una forma de egocentrismo desengañada y el hecho de considerarse a sí mismo como el intermediario necesario del trabajo, se cierne el abismo de las referencias históricas propias de la historia académica de la representación del artista. Lo que la historia del arte ha llamado autorretrato, con el objeto de mantenerse en el pleonasma de la representación. Si se excluye todo lo que una mirada exterior incorpora al artista mientras trabaja —las fotografías de Pollock por Namuth, por ejemplo— las representaciones del artista mientras trabaja son raras. En el caso de Laurette, deberíamos hablar más bien de un retrato de artista en cuanto artista, es decir, de un retrato del trabajo del artista mientras trabaja. No se trata ya de retrato como tal, sino de un trabajo en el que “Matthieu Laurette” encarna al material artístico, cuyo mejor ejemplo lo ofrece *Artist's Studio Spycam. Bye bye body art...* Tomarse a sí mismo por material de trabajo sin deslizarse hacia lo que el psicoanálisis denomina “trabajo sobre uno mismo”, y al mismo tiempo articularlo sobre los resortes de los mecanismos de la aparición, hace pensar en las intrusiones de Alfred Hitchcock en algunas de sus películas. Insertándose en sus películas²⁰ sin actuar en ellas, Hitchcock insinúa que la intrusión queda como un asunto personal. Sus discretas apariciones llenan durante un instante el fuera de campo (allá donde está permanentemente) dentro del campo. Se le ve salir de una tienda con dos perros al principio de *The Birds*, entrar en un autobús en *North by Northwest*, como una sombra china en *I Confess*, de espalda y de cara en un pasillo de hotel al principio de *Marnie...* Estos planos fijos muestran de manera diferente el “Hitchcock presenta”. Al final de *North by Northwest* (Con la muerte en los talones, 1959), Thornhill (Cary Grant) está preocupado por encontrar a Eve (Eva Marie Saint). Sabe que está atrapada en una casa situada sobre las alturas del monte Rushmore y se propone salvarla. Entra en la casa por una ventana abierta en el primer piso, pero al pasar de una habitación a otra, la guardiana que atraviesa el salón de la planta baja en ese mismo momento, lo ve en la televisión e inicia su persecución. Se trata de una traición por la imagen. Hitchcock la organiza haciendo aparecer y desaparecer a Thornhill sobre la pantalla de la televisión. Si la televisión está apagada, es para que pueda verse la escena, pero sobre todo porque estamos en el cine. Hitchcock pide a la televisión lo que puede mostrar y ver con los medios del cine, y no a la inversa. El cine

PERO VER EL **trabajo** DE LAURETTE ÚNICAMENTE EN TÉRMINOS DE ESTRATEGIAS INCLUSO LINGÜÍSTICAS, DE **infiltración** DE LOS MEDIA, DE PERTURBACIONES, DE INSERCIONES, DE PARASITAJES O DE CONTAMINACIONES (O ¿CÓMO **crear** EN LAS PEQUEÑAS REVOLUCIONES?), REVELA ANTE TODO LA NATURALEZA DE LOS **fantasmas** TRANSFERIDOS SOBRE DISPOSITIVOS DE ESTE ORDEN.



Alfred Hitchcock *Con la muerte en los talones* 1959

regula así en 1959 una parte de los conflictos entre la diégesis ficticia y la realista en el cine y en la televisión. La TV no ha conocido verdaderamente este problema de diégesis, siendo ella misma el lugar del cual se habla, es decir, el canal de su propia difusión, el que la garantiza en tanto en cuanto es un lugar de poder. La particularidad del *guest star system* televisivo se acerca a su manera al problema de la aparición en el caso de Laurette. La invitación de Warhol a un episodio de *Vacaciones en el mar* es en este sentido revelador, puesto que el artista es invitado para revelar otros umbrales de visibilidad de sí mismo (de su imaginería), de lo que representa (una imagen), de lo que garantiza (un éxito). “¿A quién le interesan, pues, las imágenes de la televisión?”²¹.

La sesión ya ha comenzado/Que la cadena por satélite *La Chaîne spectacle* desee hacer su revival del Mayo del 98 no es nada sorprendente en un ambiente de conmemoración televisiva generalizada. Proponer a Matthieu Laurette una parte del reportaje viene a ser, en este contexto, como querer inscribir televisivamente una imagen en otra, volver la “aparición” tanto más difusa en cuanto que está integrada. Evidentemente consciente de estos pequeños desafíos mediáticos condicionados por la promesa de un mundo fácil (“sí, usted puede consumir gratis!”), Laurette elige los Campos Elíseos como plató y rueda con los medios de la cadena. Detiene a los transeúntes y les propone leer unas frases de

La Société du spectacle que él escribe y borra a medida que son leídas y grabadas. Para que los lectores den la impresión de dirigirse a la cámara, Laurette sujeta el panel blanco justo al lado del cámara. La lectura comienza por la primera frase del libro de Debord: “Toda la vida de las sociedades en las que imperan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos”. Se trata de una distorsión²² de la primera frase de *El Capital* de Marx, puesto que en el caso de Debord se sustituye “mercancías” por “espectáculos”. El campo de problematización de esta cita parece ser operativo hoy en día en unas condiciones particulares²³ que las subinterpretan²⁴. Matthieu Laurette no lee las frases. Cuida así el efecto que pueden producir transformadas en imágenes por desconocidos e integradas en seguida en el espectáculo sobre cuyos límites teorizaban en 1967. Oír esas frases en la televisión y verlas leídas por transeúntes las convierte en ridículas. Pierre-André Boutang tenía razón ciertamente, pues la lectura y la teoría se adaptan mejor al fondo marino y rústico de los océanos. La magnitud de este desfase nos recuerda una carta que con fecha de 23 de septiembre de 1983 Yves Mourousi había dirigido a François Mitterrand para ofrecerle unos consejos sobre su actitud en la televisión: “Ser moderno sin ser demagogo. Hacer que el discurso no quede desfasado en relación con su instrumento de transmisión. Permitir que sea la apertura hacia el

TOMARSE A SÍ MISMO POR MATERIAL DE TRABAJO SIN **deslizarse** HACIA LO QUE EL PSICOANÁLISIS DENOMINA “TRABAJO SOBRE UNO MISMO”, Y AL MISMO **tiempo** ARTICULARLO SOBRE LOS RESORTES DE LOS MECANISMOS DE LA APARICIÓN, HACE PENSAR EN LAS **intrusiones** DE ALFRED HITCHCOCK EN ALGUNAS DE SUS PELÍCULAS.

HACER LEER **fragmentos** DE LA OBRA A TRANSEÚNTES Y A TURISTAS EN ESTA AVENIDA "TOTAL", ES BURLARSE, ENTRE **geografía** Y TEORÍA, CLICHÉS Y REFERENCIAS, DE UNA FORMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS IDEAS SOBRE UN FONDO DE **vitrinas** DE MULTINACIONALES.

futuro, el sueño y la imaginación, sin eliminar por ello las preocupaciones cotidianas. Son ideas nada extrañas para usted (...)". A esta carta respondió el 30 de septiembre: "He leído su carta con mucho interés, e incide precisamente en las relaciones entre la televisión y las nuevas corrientes culturales de nuestra época"²⁵.

Por razones estratégicas, Debord camufló el lado citacional necesariamente fragmentario de su trabajo, inscrito en el horizonte metodológico del programa de Walter Benjamin de escribir una obra únicamente compuesta por citas. El proyecto benjaminiano que se inicia con *Paris, Capitale du XIXe siècle* ha sido ampliamente explotado por Debord, teniendo como principio estructurador de *La Société du spectacle*. Hacer leer fragmentos de la obra a transeúntes y a turistas en esta avenida "total", es burlarse, entre geografía y teoría, clichés y referencias, de una forma de internacionalización de las ideas sobre un fondo de vitrinas de multinacionales. Es insinuar que hoy, un desconocido no les ofrecerá ya flores en la calle, sino palabras de Debord para leer, como el cliché reproducido sobre la tarjeta postal elegida o recibida (por oposición a las que se coleccionan). Laurette se salta con ironía lo que la memoria de 1968 tiene más de vano en su versión *light*. Y al mismo tiempo señala la distancia contemporánea entre el "espectáculo difundido" y la difusión organizada del espectáculo debordiano, lo que equivale a decir que el mundo continúa representándose. Que conste. Secuencias/*cut*, localizaciones/difusión, lectura/relectura, encuadre/fuera de campo, contexto/decoración, el artista se ha vuelto "imperceptible"²⁶ mediante las separaciones que genera aquí entre recuerdo y cita desactivada.

Utilizar el espectáculo como marco y materia secundaria es reencontrar a Ulises y a

Miguel Angel en *Les Carabiniers* de Godard. Ulises y Miguel Angel, dos hermanos campesinos que creen en los nombres bien elegidos, son enviados a la guerra por orden del Rey con la promesa hecha realidad de visitar países extranjeros, la posibilidad de tomar todo aquello que necesiten sin ser castigados: locomotoras, elefantes, bolígrafos, Alfa Romeos, guitarras hawaianas... el permiso para romper las gafas de los ancianos y los brazos de los niños... Cuando vuelven a su tierra de barbecho, se vuelven a encontrar con Venus y Cleopatra, la madre y la hija. Ellas les habían pedido ¡unos "bikinis"! Ellos les llevan dos maletas llenas de tarjetas postales de los sitios que han visto: el acuario de Chicago, el Templo de Angkor, el Océano Artico, la bahía de Nápoles, el Partenón, la Torre de Pisa... estrellas de cine con las que se han codeado, animales que han matado... tantos clichés que dicen que "llega un momento en que las cosas dejan de ser un puro espectáculo"²⁷, no porque se conviertan en algo serio, sino porque se ha pasado realmente una página y "su conocimiento pasa por su recuerdo"²⁸.

NO QUEDA MÁS QUE UN SITIO EN UNA SILLA PLEGABLE DETRÁS DE UNA COLUMNA

Sistema demix, muestras vs fragmentos/El demix, o d-mix o demix es un proceso que va idealmente en el sentido contrario del mix (mezcla) y que no es accesible como tal más que en la medida en que se mantiene sujeto. *Free Sample* no es solamente una comedia de situación que se representa en la CBS en los Angeles actualmente; es por una parte lo que se lee en las muestras junto a los carteles de "prohibida la venta" y por otra parte lo que se sobreentiende en toda muestra digna de este nombre, excepto, tal vez, la gratuidad. La muestra representa una pequeña cantidad, pero no es un fragmento. Así recoge la idea según la cual el mix (la



Mathieu Laurette *Le spectacle n'est pas terminé* 1998

“presentación” para el artista) reúne muestras de una o varias producciones y difunde una versión no remezclada de lo que presenta. El démix desplaza el espacio y el tiempo del mix, trabaja a partir de él. El démix es un mecanismo, el démixage una operación. Por ello, el démix no puede ser aprehendido como tal más que por el artista, incluyéndose el espectador en el mix, el oyente en el remix y el lector en el proceso de démix.

Free Sample es una mezcolanza. Históricamente, las relaciones entre la parte y el todo marcan los límites dialécticos de una forma idealista del pensamiento: de los Escolásticos a los Románticos de Iéna, del teatro de memoria de Giulio Camillo al proyecto enciclopédico de Diderot, del sitio al no sitio, del macroanálisis a la microhistoria en particular. En el caso de Laurette, estas relaciones se refieren ante todo al sample musical²⁹. En su opinión, el proceso de démix consiste en analizar por medio de voces (vías) diferentes”. Todo sample musical funciona más como muestra que como fragmento. Recorrer el camino del démix es reconocer que el proceso de démix produce una forma de mix que las declaraciones (recogidas, fotográficas, críticas) ilustran. Matthieu Laurette pidió a Hugues Royer que recogiera las propuestas de ciertas personas que han contribuido a hacer visible su trabajo con el fin de ver aparecer noticias integradas compuestas de recuerdos y de “historias verdaderas”. Convencido de que la pequeña historia de las localizaciones y la de las exposiciones contiene uno de los hilos conductores de la “producción”, elaboró un cuestionario y pidió al biógrafo de Michel Sardou, de Francis Cabrel, de France Gall y de Michel Berger, “autobiógrafo” así mismo de Madame Soleil, guionista de ciertas producciones de AB, periodista y novelista, que volviera a hablar con cada uno de ellos, a fin de recoger sus declaraciones y transcribirlas nuevamente. Hugues Royer interactúa, anteponiendo sus cualidades de escritor anónimo, en relación con lo que cada uno haya querido contar. El démix es también la voluntad de reunir aproximaciones diferentes, fragmentadas. Una excepción a este conjunto es Jean Brolly, coleccionista privado, el cual ha preferido escribir su propio texto, deslizándose, a su vez, hacia un movimiento que el artista desde el principio quiso que fuera abierto, incluso aunque por razones prácticas y teóricas sigue siendo el instigador y productor.

Esculpir un bronce en cinco minutos y firmar un ladrillo por correspondencia/ En 1996, Matthieu Laurette llega empujando un carrito lleno al plató de *Je passe à la télé*. Valerie Mairesse lo presenta como un escultor, cosa que él aprueba dirigiendo una mirada cómplice hacia el carro. Mientras explica sus métodos, los espectadores del estudio, audímetro incluido, votan a favor o en contra suya. Laurette capta la atención, el porcentaje no disminuye, Laurette se queda en el plató. Se va de nuevo, como vencedor del día, con una medalla producida por la Casa de la Moneda de París, y entregada sobre su pequeño pedestal de plástico, grabada a modo de logotipo de la

emisión manuscrito falsamente: una pantalla de TV sobre la que se puede ver “*Je passe à la télé*”. Una vez insertado en los muros de la nueva ala del museo Boijmans Van Beuningen de Rotterdam, el ladrillo (de) Matthieu Laurette formará parte de las paredes del museo porque habrá literalmente adoptado los mecanismos de su inscripción. Se trata de dos juegos a propósito de la escultura y sus modalidades de existencia, la recompensa por la mediatización de métodos y la visibilidad inducida por una circulación de dinero público.

Laurette en forma/Todos los modos de acceso al trabajo de Laurette obligan a circular, volver, levantarse: en resumen, a no quedarse delante de una columna que estorba un poco. Los proyectos de entradas múltiples no se formalizan con una ausencia de salida, es decir, que no se configuran fatalmente de una manera estable. Los dispositivos de Laurette tienen que ver con el reciclaje y la desproducción lejos de todo programa establecido, de toda tematización o de ilustración. En su opinión, “el comentario de cada aparición se contiene implícitamente en su forma”, lo que coincide con el sentimiento de Richard Hamilton, según el cual, “el comentario social es relegado a la TV y a los dibujos animados³⁰”. Aunque Matthieu Laurette no trabaja directamente en el campo social, no es un artista con su propio punto de vista, sino más bien con su propio método. Mediante las *Apariciones*, quiere establecer una tipología de las formas de aparición y de los soportes sobre los cuales aparece. Al organizarlas, es decir, al disponer las secuencias seleccionadas unas detrás de otras, antepone el proceso que dichas secuencias adoptan y la forma utilizada que asumen, hasta el punto de demostrar que “proporcionar una forma a estos mecanismos es tomar esos mecanismos por forma³¹”. Laurette elabora formas según los códigos de los soportes que utiliza. Cualquiera que sea el soporte (desde el genérico al específico), la estrategia que despliega en vivo revela un proceso particular de trabajo. Ese proceso mismo es contenido por el soporte prestado que induce a su vez la emergencia de una forma. Esta forma llega a conservar las etapas de su realización porque las ha integrado. En el caso de Laurette, la “forma” se contiene, pues, entre las etapas y su unificación (cf. *Apparitions* [selección] 1995-98); se sitúa entre “lo mejor de”, recopilaciones y obras inéditas (*Le Book des produits remboursés*). Es su desarrollo como forma³² que va renovándose, y no su formalización, lo que constituye una proposición suplementaria a los dilemas artísticos entre obra y huella.

Stock y reservas, la foto está en el archivo/ Obra y huella, dos dilemas, más complejos aún cuando la fotografía los vincula. Por ello, Matthieu Laurette ha desarrollado la estructura comunicante de la reserva y del stock. Ha evitado así todo lo que han podido inducir las leyes de proximidad y de intimidad sobre el sujeto fotográfico de los años 90. Su reserva es consultable a petición propia y su stock alimenta la prensa en cuestión de material visual. Esta relación en

MATTHIEU LAURETTE PIDIÓ A HUGUES ROYER QUE RECOGIERA LAS **propuestas** DE CIERTAS PERSONAS QUE HAN CONTRIBUIDO A HACER VISIBLE SU TRABAJO CON EL FIN DE VER APARECER **noticias** INTEGRADAS COMPUESTAS DE RECUERDOS Y DE “HISTORIAS VERDADERAS”.



LOS **dispositivos** DE LAURETTE TIENEN QUE VER CON EL RECICLAJE Y LA DESPRODUCCIÓN LEJOS DE TODO PROGRAMA ESTABLECIDO, DE TODA **tematización** O DE ILUSTRACIÓN. EN SU OPINIÓN, “EL COMENTARIO DE CADA **aparición** SE CONTIENE IMPLÍCITAMENTE EN SU FORMA”

el caso de la fotografía estructura igualmente el *démix*; la planificación y la edición de las imágenes forman parte de la misma historia. Este *démix* metodológico desenmaraña, separa, desune lo que el artista ha hecho comportándose de la manera en que lo ha hecho. Las diapositivas (vista de las exposiciones, de las instalaciones...) se reproducen en facsímil, a tamaño natural. Los documentos en papel (pasquines, apariciones en periódicos) se reproducen llamativamente a toda página. Salvapantallas de televisión y de ordenador toman en consideración otro tipo de difusión del trabajo. Imágenes reproducidas a partir de diapositivas representan el papel de ilustraciones de textos. Implícitamente, el artista concibe en el *démix* el modo de circulación de sus fotografías.

En la exposición *Ici et maintenant*, Matthieu Laurette instala en una Folie del arquitecto Tschumi en La Villette, un poco aparte de la exposición, *La Folie des produits remboursés*. Este espacio, convertido en medio stand, medio espacio de exposición, medio distribuidor de pasquines, está abierto durante el día y es accesible por la noche, pues las vitrinas se mantienen iluminadas y una televisión difunde las *Apariciones* sobre este tema. Matthieu Laurette eligió fotografías de su stock y aumentó su tamaño por fotocopidora. Algunos meses más tarde, en *Ici et maintenant* (otra vez), en la *Caja de Depósitos* y *Consignaciones*, Laurette muestra su exposición por medio de un retroproyector reembolsado en 15 días, que ha cambiado dos veces en dos almacenes FNAC diferentes

mientras ha durado la exposición. A través de 48 diapositivas, el artista pone en marcha su primer dispositivo retrofotográfico, que el espectador debe hacer desfilarse a su ritmo. En el registro de la fotografía difundida, quiso hacer un *composit*, paradigma de la difusión de la imagen. Después conoció a una ex-encargada de contratación de Catherine Arley, responsable de los *composits* de la agencia de maniqués durante los años 70, y le confió la elección de fotografías. El *Composit* indica las medidas y el teléfono del artista y éste se difundió rápidamente. El objeto está ahora en cajones de centros de arte, de agencias de contratación o de modelos, en las numerosas papeleras de la comunicación también, mientras que el teléfono ha cambiado contrariamente a los códigos de este mercado.

A pesar de que el nombre circula, pocas piezas de Laurette han sido vistas. Y curiosa coincidencia, el artista presenta el *démix* *Free Sample*, un proceso de *démix* cuya finalidad es considerar la narración como constituyente de las formas de su trabajo, en contacto con la palabra indirecta así como con las del remix y de los tests. Acaba de enterarse recientemente por medio del test de Walter Léwino³³ de lo siguiente: “no es que usted no tenga sensibilidad artística porque no es Leonardo de Vinci o Marcel Duchamp”. En el cuestionario, el artista ha obtenido 11F. ■

ALEXIS VAILLANT es historiador y crítico de arte. Vive en París.

NOTAS Y REFERENCIAS

- 1 "El arte no existe, se declara" Harold Rosenberg. *The anxious object*, Chicago & London : The University of Chicago Press, 1962, p. 18
- 2 De otro modo, Marcel Broodthaers había declarado también sus intenciones en 1964, antes de aparecer. Se trataba del mundo del arte, sobre el cartel de su exposición en la galería Saint-Laurent en Bruselas: "Yo también me he preguntado si no podría vender algo y triunfar en la vida", cat. Marcel Broodthaers, París.
- 3 Haciéndose eco de las afirmaciones ya procesuales de Marcel Duchamp "por lo tanto, lo importante es esa temporalización, esa instantánea, como un discurso pronunciado con cualquier motivo pero a una hora determinada. Es una especie de cita. Escribir naturalmente esa fecha, hora, minuto (...) como información", *Duchamp du signe*. Flammarion : París, 1975, p. 49
- 4 "L'objet émanant est une apparition" ibid. p.122
- 5 PERRIN, F. "Le Temps des utopies singulières" en *Blocnotes*, n° 4, otoño 1993, p. 18
- 6 JONES, G. "I've seen that face before" en *Dance Collection*, Island Records, 1985
- 7 KRAUS, K. *Pro domo et mundo 1912*, Paris : Champ libre, 1985, p. 91
- 8 TRONCY, E. "Painting from all-over to all around" en *Flash Art International*, n° 174, enero-febrero 1994, pp. 78-80
- 9 DANNEY, S. *Devant la recrudescence des vols de sac à main*, Lyon : Aléas, 1991
- 10 HITCHCOCK, A. "Would you like to know your future?" en *Hitchcock on Hitchcock*, Sidney Gottlieb (ed.), New York : Faber and Faber, 1995, p. 138. "¿Sería Vd. capaz de predecir el futuro? Un realizador puede hacerlo, Vd. lo sabe. Al hacer un film toma una porción de imitación de vida en sus manos y la arregla a su manera. Sabe desde la primera escena lo que va a pasar en la última".
- 11 ROYLOUX, J.C. "D'une boucle à l'autre: activité artistique, post-cinéma et télévision" en *Journal de l'Institut français*, n° 8, Bilbao, abril 1998, p. 54
- 12 BOURRIAUD, N. "Pierre Joseph et l'aventure de l'exposition", cat. Pierre Joseph, Personnages à reactivar, FRAC Champagne-Ardenne, Le Parvis, FRAC Languedoc-Rousillon, 1995, pp. 51-54. El autor recuerda que desde el ready made la articulación conceptual representación/presentación no capta gran cosa de la realidad, y concluye citando a Godard: "representar es añadir valor simbólico a lo real, es decir, legitimar el sistema de valores existente en lugar de presentarlo tal cual es y de actuar sobre él", p. 54
- 13 Vito Acconci en "Video works 1970-1978" en *Afterimage*, vol 12, n° 4, nov. 1984, p. 15, entrevista citada por Jean-Christophe Royoux, op.cit., p. 55, dice no haber "llegado nunca a aclarar la diferencia entre vídeo y televisión". Según Laurette, es el mismo medio, siendo la televisión difusión y el vídeo un soporte, incluso un modo de difusión.
- 14 COUBET, J. *Sans aucun doute*, TF1, 21 de marzo de 1997
- 15 Cita de Timothy Martin, "Janitor in a Drum: Excerpts from a Performance History" cat. *Mike Kelley, Catholic Tastes*, New York : Whitney Museum of American Art, 1993, p. 68
- 16 HEBDIGE, D. *Subculture, The Meaning of Style*, London : Routledge, 1979, p. 97
- 17 HAHN, C. "Suivre le système à la lettre" en *Omnibus*, n° 17, julio de 1996, p. 19
- 18 "Questions pour un champion", Entrevista con el artista, Utrecht, *Casco issue*, n° 5 [próxima aparición].
- 19 "Ne travaillez jamais!", entrevista de Jean-Emmanuel Dubois con Ariel Wizman en *Crash*, n° 3, junio-julio 1998, p. 58
- 20 BELLOUR, R. *L'Analyse du film*, Paris : Calman-Lévy, 1995, p. 280
- 21 WARHOL, A. "Interview with Gene Swanson" en *Art News*, 1963. Publicado de nuevo en *Art en théorie*, Charles Harisson et Paul Wood (ed.), Paris : Hazan, p. 809
- 22 JAPPE, A. *Guy Debord*, Marseille : Via Valeriano, p. 39
- 23 En el mismo registro, la proyección de la película *Conical Intersect* (1975) de Gordon Matta-Clark por Pierre Huyghe, 21 años después, contiene desplazamientos del mismo orden. Van más allá de la post-apropiación y de la reactivación. Considerar un producto terminado (acabado y viejo, de hecho) como si proviniera de la primitiva materia, nos lleva a considerar todo dispositivo de (re)activación como el garante paradójico de su propia desactivación. Lo cual hace tan lúcida como crítica la voluntad de Pierre Huyghe de "no añadir nada al mundo".
- 24 SHUSTERMAN, R. *Sous l'interprétation*, Combas, L'Éclat, 1994
- 25 Estas cartas aparecen citadas en Jacques Attali, *Verbatim I*, Paris, Livre de poche, respectivamente p. 767 y p. 774. Su yuxtaposición proviene de Gérard Guégan, "Les Vivants sont ceux qui luttent la haine de classe au coeur" en *Cahiers des futurs*, Paris, n° 1. feb. 1996, p. 24
- 26 DELEUZE, G. "Le plus grand film irlandais (film, de Beckett)" en *Critique et clinique*, Paris : Minuit, 1993, p. 36
- 27 Frase de Lean-Luc Godard reproducida en un poster de Allen Ruppberg, 1989
- 28 "Questions pour un champion", op. cit.
- 29 El (mal) rapero Puff Daddy declara en la MTV que él "usa muestras para que la gente recuerde la canción original", mientras que nunca a lo largo de su historia la muestra ha pretendido ser un vehículo de melancolía. David Toop, el historiador del rap, cuenta por otra parte que *Kool dj Herc intercala a los Doobie Brothers y a los Isley Brothers; Grandmaster Flash superpone las letras de los discos y los efectos sonoros con The Last Poets; Symphonic B Boys Mixx mezcla música clásica en cinco pistas diferentes* (la letra cursiva corresponde al autor), *The Rap Attack: African Jive to New York Hip Hop*, Boston : Boston South End Press, 1984, p. 105
- 30 HAMILTON, R. "For the Finest Art, Try Pop" en *Collected Words, 1953-1982*, London : Thames Hudson, 1982
- 31 "Questions pour un champion", op.cit.
- 32 EDELMAN, B. "Propriété littéraire et artistique/ Oeuvre protégée/ Exposition permanente du cinéma/ Musée du cinéma", *Recueil Dalloz*, Paris, 1998, p. 314, recuerda el contenido del fallo judicial del caso Schlumpf. En esta decisión, la Corte de París había denegado la calidad de obra a una colección de coches antiguos -para sustituir la calificación por la de "obra humana"- siendo los motivos esenciales que lo natural den una obra de arte es no sufrir ninguna manipulación o modificación posterior a su creación", lo cual, tanto en relación con la organización del museo del cine como para los caracteres específicos de esta noción de "forma", plantea toda una serie de interrogantes. Por otra parte, según Bernard Edelman, "Sólo la forma hará que la idea se haga tangible y protegible, pues el derecho, inevitablemente, funciona en base a pruebas", cat. *Feux p,les*, Bordeaux, capcMusée, 1991, p. 149.
- 33 "Quel artiste êtes-vous?" test de Walter Léwino en *Beaux-Arts magazine*, agosto de 1998. Resultados p. 30