

ADLIBITUM

HUMAN CONTROLLER



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA
FACULTAD DE BELLAS ARTES



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Alfredo Ruiz Romero
Director de tesis: Rodrigo López Galindo

Valencia, Noviembre 2008

A mi hijo Eduardo, para que disfrute siempre de su imaginación

AGRADECIMIENTOS

A mi mujer, Mónica, por todo su apoyo y paciencia a lo largo de estos meses. También a mis compañeros y profesores de Máster y a todos aquellos amigos y familiares que me han ayudado en la realización de este proyecto.

Y, por supuesto, un reconocimiento especial a mi director de tesis, pues, sin él, seguramente no hubiera podido desarrollar esta idea.

AD LIBITUM, Human Controller

INTRODUCCIÓN

La intención que imbuye este proyecto es profundizar en una investigación teórica que se verá reflejada en la creación de una obra propia que use distintos vehículos de expresión artística: desde estrategias y modos propios del diseño gráfico e industrial y la publicidad hasta la expresión literaria, pasando por la tecnología informática, el video y la fotografía, de tal manera que, parafraseando a Edgard Morin, se produzca una “dialógica”¹ entre todos los medios, en la que, en conjunto, formen un “sistema complejo”² con un objetivo común pero ninguno pierda sus señas de identidad.

La obra estará marcada por la ironía y el cinismo, que envuelven un núcleo crítico, donde se denuncian abusos de poder, manipulaciones informativas y adocenamiento cultural en aras de la “globalización”.

Un concepto, éste, que significa, entre otras cosas, en palabras de Miren Etxezarreta, “liberar el comercio y los flujos de capitales, de tal manera que se pueda comerciar con ellos sin ningún control [...] y [...] convertir a los trabajadores en un coste variable pudiendo contratarlos a los salarios que a la empresa le parezcan adecuados y despedirlos cuando les convenga [...] y, finalmente, desregular, es decir, eliminar todas las regulaciones públicas de la vida económica y social.”³

Esta tesis se desarrollará en dos grandes capítulos: el primero abordará la base teórica del proyecto, justificación, “inspiraciones” y objetivos; la segunda, establecerá un marco ideal para la exposición de la obra, describiendo cómo sería el espacio expositivo, de cuántas piezas constaría cada uno, con qué técnicas se elaborarían y cómo se dispondrían en el mencionado espacio.

¹ Ver MORIN, Edgard. *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1998.

² Id. Op. 1.

³ Pronunciado en el Seminario de Economía Crítica TAIFA, en Barcelona, mayo 2007.

Primera parte:
JUSTIFICACIÓN

1.- JUSTIFICACIÓN DE LA OBRA DE ARTE

Para poder comprender el sentido de esta obra, es necesario delimitar dos conceptos clave: el compromiso artístico y la ciencia ficción, pues son los dos pilares en los que se fundamenta. Partiremos de una escueta definición de ambos y estableceremos sus puntos de conexión con el caso concreto que nos ocupa, para terminar con las conclusiones que se derivan de los mismos.

1.1.- El compromiso artístico. Consideraciones.

Cuando nos referimos a este concepto lo hacemos desde el punto de vista del compromiso social y político del artista respecto del mundo en que vive y también desde el punto de vista de la integración de su obra en las tendencias tecnológico-formales de su tiempo.

Según el Diccionario de filosofía, el término “compromiso” significa: “Postura moral consistente en tomar partido ante la situación social e histórica que vive el sujeto.”⁴ Ello incluiría, para nosotros, la defensa de un determinado ideario político y la adhesión, o no, a las tendencias estéticas y formales mayoritarias.

El “activismo” supondría un grado mayor de compromiso, la postura moral estaría acompañada de una acción, a menudo ostensible, con un propósito de superación, cambio o resquebrajamiento de la situación que la provoca. Entendemos por arte activista una forma de arte político que se mueve en un territorio intermedio entre el activismo político y social, la organización comunitaria y el arte.

Los activistas no se contentan simplemente con limitarse a realizar preguntas, por muy pertinentes que sean, sino que se comprometen en un proceso activo de representación, intentando al menos “dotar” a individuos y comunidades, potenciar el espacio público y finalmente estimular el cambio social aunque sea a largo plazo. Por supuesto, entendemos por “dotar a una comunidad o grupo social” el crear métodos y herramientas de trabajo efectivas que puedan ser continuadas por la propia comunidad. Por eso el resultado es a largo plazo y el artista es un agente catalizador que investiga y pone en funcionamiento junto con toda la comunidad una serie de modos y mecanismos de relación dirigidos a reforzar los poderes de la misma.

⁴ VV AA. *Biblioteca de consulta Larousse*, Diccionario de filosofía, p. 47. Barcelona: SPES Editorial, 2003.

Suzanne Lazy⁵ hace un análisis de los posibles papeles llevados a cabo por los artistas y los estructura en cuatro categorías: el experimentador, el informador, el analista y el *activista*.

El arte activista tiene un carácter radical y urgente, siempre procesual en el sentido de que en lugar de estar orientado hacia el objeto o el producto, cobra significado a través de su proceso de realización y recepción. De hecho, se contextualiza en situaciones concretas locales, nacionales o globales y significa siempre también una creación en tiempo real.

Para los realizadores, la participación se convierte en un proceso de autoexpresión, y muchas veces de autorrepresentación, protagonizado y asumido por toda la comunidad.

Por poner un ejemplo al respecto: en el contexto del proyecto *Sub-Burgos*, en mayo de 2003, el colectivo *Espacio Tangente* llevó a cabo la intervención titulada *El encuentro. Elige participar*.⁶ El Encuentro es un conjunto de barracones prefabricados a las afueras de Burgos que el Ayuntamiento había cedido por cinco años a una comunidad gitana en lo que se llamó un “proceso de integración”. Esta comunidad llevaba ya diez años en ellos escondida en un barranco entre un polígono industrial y debajo de una perrera esperando una solución. El colectivo fue al poblado e hizo una asamblea para presentar lo que había pensado como intervención. La finalidad era, fundamentalmente, dar visibilidad a su problema, de manera que tomaron fotografías de las personas del poblado (tal como ellos habían decidido que querían aparecer) y luego las pusieron en una valla publicitaria claramente visible desde la autopista.

Santiago Sierra ha dicho: “Perverso no es masturbarse, teñirse o tatuarse la piel. La perversión está en el hecho de comprar cuerpos, voluntades, tiempo.”⁷ Para él, como *activista*, la perversión es inherente al capitalismo y se encuentra en ese hecho de la venalidad universal que supone la conversión de cualquier cosa en mercancía. Todas sus intervenciones llevan aparejadas un ejercicio de reflexión, donde la producción artística desempeña un papel estratégico.

⁵ LAZY, Suzanne. *Debated Territory: Toward a Critical Language for Public Art*. En *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*, Seattle, Washington, Bay Press, 1995, pp. 171-185.

⁶ <http://www.espaciotangente.net/images/SubBurgos1/pages/elencuentro.html>.

⁷ SIERRA, Santiago. En *Rebelión*, de ROYO, Simón. Ed. Simbióticas, 2005.

En este momento cabe plantearse el *compromiso* desde el punto de vista, por ejemplo, de un arte que basa su existencia en la propia tecnología, como es el caso del *net.art*.

Fruto del entusiasmo que suscitó la aparición de Internet como un medio para redemocratizar la sociedad, Hakim Bey propuso el concepto de TAZ (Temporary Autonomous Zone - Zona autónoma temporal) para referirse a un tipo de activismo puntual y efímero, a un activismo de guerrilla, aprovechando una Internet que estaba naciendo y que todavía despertaba muchas esperanzas como instrumento de liberación. Se trataba de un *concepto*, no de una propuesta de acción concreta.

“Como un bricoleur, como un escarbador de escoria informática, como un contrabandista o un difusor de correo negro, incluso quizás como un ciberterrorista, el hacker TAZ trabajará a favor de la evolución de conexiones fractales clandestinas. Estas conexiones, y la información diferente que fluye en ellas, formará poderosos dispositivos de salida capaces de albergar el nacimiento de un TAZ -como si alguien robara electricidad de los monopolios energéticos para iluminar una casa de okupas.”⁸

Así pues, ante esta manera de entender la técnica, parece claro que el activismo ocupa (o, al menos ocupó durante un tiempo, hasta el final del siglo XX) un papel destacado en las producciones de *net.art* puesto que se inscribe completamente dentro de la línea conceptual y de autorreferencialidad que caracterizan al propio medio.

Sin embargo Rachel Greene⁹ escribió en el año 2000: “Originalmente concebido como un campo social alternativo donde el arte y la vida diaria estaban fusionados, el *net.art* podía ahora parecer amenazado por su propio éxito.” Y ser fagocitado por el propio monstruo al que pretendía combatir.

Hacemos esta breve referencia al *net.art* y su inicial compromiso político porque después, como veremos, en *AD LIBITUM*, *Human Controller*, es precisamente Internet, en última instancia, el medio usado para desactivar esta parcela *activista* del género humano.

Para cerrar este capítulo, quisiera hacer servir una cita de Isidoro Valcárcel Medina, aparecida en el número 75 del 16 de abril de este mismo año en el periódico on line *Diagonal*: “No es el compromiso –cuestión previa– el que se debe añadir casi como un adorno al arte, sino que es el modo artístico el que debería sumarse a la

⁸ HAKIM, Bey. *The Temporary Autonomous Zone*, en ["http://einflux1.uoc.edu/~netart/index.php/%C2%BFPor_qu%C3%A9_arte_comprometido%3F"](http://einflux1.uoc.edu/~netart/index.php/%C2%BFPor_qu%C3%A9_arte_comprometido%3F), julio 2008

⁹ GREENE, Rachel. *Web work a history of internet art*, Artforum International n° 9, May 2000, pp 162-167.

obligación del compromiso. Todo lo cual equivaldría a repetir una vez más que la creatividad reside, antes que nada, en la acción consciente y responsable.”

1.2.- Definición de la Ciencia Ficción.

“Género literario y cinematográfico de especulación que relata acontecimientos posibles desarrollados en un marco espacio-temporal puramente imaginario, cuya verosimilitud se funda narrativamente en los campos de las ciencias físicas, naturales y sociales.”¹⁰

En otras palabras, las de John Clute¹¹: “*stories whose primary purpose is to dramatize ideas about the world and the tools we may be able to invent in order to transform it, and to speculate about the implications of those ideas and tools.*” (“relatos cuyo propósito principal consiste en dramatizar ideas acerca del mundo y las herramientas que somos capaces de inventar para transformarlo, y especular sobre las implicaciones de tales ideas y herramientas.”)¹²

Esas *implicaciones* las producen los avances científicos, tecnológicos, sociales o culturales, presentes o futuros, sobre la sociedad o los individuos. En este sentido, observamos rápidamente un punto de conexión entre el concepto de *ciencia ficción* y el de *compromiso* (social, político, cultural, tecnológico) al que nos hemos aproximado en el punto anterior.

“La ciencia ficción, a diferencia de otros tipos de ficción fantástica, intenta siempre asentarse en el universo real, ofreciéndole al lector relatos fantásticos que pueden explicarse en términos científicos”.¹³

Dentro de este género narrativo se pueden distinguir subgéneros, como, por ejemplo, “Space Opera” o “Hard Science Fiction”.¹⁴

Sin embargo, nos interesa, para el objeto de esta tesis, concretar el significado de tres de ellos, a saber: Distopía, Ciberpunk y Postciberpunk.

¹⁰ PALÉS CASTRO, Marisol. Coord., *Enciclopedia Espasa*, Vol. 3, p. 794. Madrid: Ed. Espasa Calpe, 2003.

¹¹ CLUTE, John. *In defense of science fiction*. Salon Books, 1999.

¹² T. del a.

¹³ PRINGLE, David. *Las 100 mejores novelas de Ciencia Ficción*. Brighton, 1985.

¹⁴ Tanto con referencia a la definición del género cuanto a su clasificación, existen múltiples variantes y criterios muy dispares entre autores y teóricos. Las definiciones de subgéneros indicadas en este trabajo han sido extraídas de Wikipedia y de los propios autores de este tipo de literatura.

La *Distopía* se define como la narración de unos hechos que se desarrollan en un mundo donde la sociedad es exactamente lo contrario a lo que una sociedad ideal debería parecerse, es decir, donde reina la represión, el totalitarismo, la falta de libertad..., aunque, en un principio pudiera parecer otra cosa (véanse ejemplos cinematográficos como “Matrix” o “La isla”).

Como *Ciberpunk* se conoce una tendencia del género que toma su nombre de la combinación de *cibernética* y *punk*. Mezcla ciencia avanzada, como las tecnologías de la información y la cibernética, junto con algún grado de desintegración o cambio radical en el orden social, siendo el nivel de vida de los personajes muy bajo, en proporción inversa al nivel de avance tecnológico. Es un estilo propio de finales de los años 70 y la década de los 80, coincidiendo con el auge del *Postmodernismo*. (Ejemplos: la película “Blade Runner” de Ridley Scott y la novela “Neuromante” de William Gibson).

El *Postciberpunk* nos habla de futuros cercanos de índole realista cuyo interés se centra en los efectos sociales de la tecnología en la propia Tierra y sus habitantes, generalmente examinando el influjo de las **telecomunicaciones globales**, la **ingeniería genética** o la **nanotecnología**. Sus personajes se involucran en la sociedad para defender el orden establecido o para crear una mejor. Por el contrario, su predecesor, el *Ciberpunk*, generalmente trata con seres individualistas, solitarios y alienados, dentro de una distopía. El término *Postciberpunk* empezó a utilizarse a partir de 1991, siendo su inventor Lawrence Person, quien, en 1998, publicó un artículo titulado “*Notes Towards a Postcyberpunk Manifesto*”, en el magazine *Nova Express*.

1.3.- ¿Hasta qué punto se puede defender que *AD LIBITUM, Human Controller*, es comprometida y desde qué puntos de vista? Relaciones con la globalización, el diseño, la publicidad y los distintos movimientos del arte tecnológico. El entronque con la Ciencia Ficción.

En una *distopía*¹⁵, se vive una utopía negativa donde la realidad transcurre en términos opuestos a los de una sociedad ideal, es decir, en una sociedad opresiva, totalitaria o indeseable. En *AD LIBITUM, Human Controller*, una empresa multinacional, emblema de un sistema capitalista exacerbado, y en defensa de éste, utiliza un alto grado de complejidad tecnológica con carácter represivo y uniformador.

AD LIBITUM, Human Controller, pretende ser una obra crítica, de denuncia, en clave de ironía, en la que se pone en entredicho el papel de las nuevas tecnologías en medio de una sociedad *globalizada*. Será precisamente el medio que nació como paradigma de la libertad de expresión, la World Wide Web, el que sea utilizado, en este caso, como mecanismo de control y la biotecnología, supuesta baza en nuestra constante lucha contra la vejez y la muerte, será la encargada de materializar físicamente ese control mediante sustancias estupefacientes e implantes nanotecnológicos. Por otra parte, la publicidad y el diseño se convierten en herramientas de propaganda y de engaño, siendo, a su vez, vehículo de expresión de engañadores y engañados.

1.3.1.- Compromiso.

Sin llegar al catastrofismo de una afirmación como “el arte de la abyección ha triunfado”¹⁶, sí podemos, no obstante, suscribir una afirmación que figura en la introducción del mismo libro en la que Andrea Giunta dice: “Frente al horror, al menos tres problemas se plantean para el arte: la fascinación que puede producir la contemplación de un espectáculo horroroso[...]; la posibilidad estética y ética del arte de representar el horror (¿hasta qué punto el artista puede dar el giro estético necesario para que el arte vaya más allá de la realidad, más allá de una realidad cuyo

¹⁵ Término acuñado en el siglo XIX por John Stuart Mill. Aunque no esté aceptado por la RAE, sí figura, por ejemplo, en obras lexicográficas tales como: SECO, M.; ANDRÉS, O.; RAMOS, G.: *Diccionario del español actual*, Ed. Aguilar, Madrid, 1999; p.1647.

¹⁶ VIRILIO, Paul. *El procedimiento silencio*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 2005.

horror nunca puede superar el arte?) [...];la necesidad de hacer arte en tiempos de violencia y de terror.”

En otras palabras, en estos tiempos en que nos preguntamos con evidente desencanto: “¿sigue siendo útil el arte como herramienta de cambio social?”¹⁷, la intención de *AD LIBITUM, Human Controller*, es, llanamente, la de contribuir a dar una respuesta optimista. Creemos que es posible, al menos, denunciar los hechos, mostrarlos, y no sólo con la actitud pasiva de un espectador. No se trata de participar indolentemente en “una cultura que reemplazará la demostración (ética o estética) por la mostración, por la presentación ostensible del horror”¹⁸, en una cultura “despiadada”¹⁹, sino de intentar remover la conciencia del público y hacer que toda la sociedad se pregunte hasta qué punto se es libre, se está verdaderamente informado y se puede tomar la iniciativa en una transformación efectiva de la estructura económica de nuestra civilización y de las relaciones de interdependencia entre países, culturas y sociedades.

A este respecto nos hallamos más cerca de artistas que, como Santiago Sierra, han “optado por denunciar las injusticias del mundo, poniendo muchas veces de manifiesto la realidad tal cual es, sin matices ni envoltorios”²⁰, que de aquellos que, resignados o, simplemente indiferentes, se limitan a resolver ejercicios de virtuosismo tecnológico sin trascendencia.

Sin embargo, se ha optado por utilizar una clave irónica, en la línea de artistas como Joan Fontcuberta, en donde la crítica se reviste de misterio, de investigación científica, de doble sentido, de referencias que hacen preguntarse, con cierta inquietud, si son o no ciertas y si es o no cierto aquello que se expone (o que, en este caso, se oculta interesadamente).

Ya que la *globalización* significa, entre otras cosas, “la negación de la libertad de pensamiento, no eliminando los diferentes modos de éste, sino suprimiendo el pensamiento mismo”²¹, ya que en la *cultura global* en la que vivimos “las identidades colectivas vinculadas a un territorio nacional y la memoria colectiva de las poblaciones quedan vulneradas, consolidándose el dominio de los valores y símbolos provenientes

¹⁷ GUTIÉRREZ, Edgardo. *Indagaciones estéticas*. Ed. Altamira, 2005.

¹⁸ VIRILIO, Paul. *El procedimiento silencio*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 2005.

¹⁹ Id. 10.

²⁰ FRANCÉS, Fernando. *Santiago Sierra, compromiso y rigor artístico, Descubrir el arte*. Málaga: 2007.

²¹ MUÑOZ, Blanca. *La cultura global*. Madrid: Pearson Prentice Hall, 2005.

de los centros económico-comunicativos dominantes”²², es decir, puesto que nuestra sociedad está siendo uniformizada y desmembrada, vía corporativismo, tecnología y mercado, la mejor manera de poner de manifiesto una postura contraria a este proceso es aquella que, analizando sus armas, se plantee cómo desactivarlas. Y esas armas se apoyan en la desinformación, en la propaganda subliminal, en el miedo y en la tecnología. Pasaremos inmediatamente a considerar estos conceptos.

1.3.2.- Desinformación, publicidad y diseño gráfico en *AD LIBITUM Human Controller*.

Según Stephen Leacock, “la publicidad se puede describir como la ciencia de arrestar a la inteligencia humana el tiempo suficiente para obtener dinero de ella”.²³ En el caso de *AD LIBITUM*, la empresa va a utilizar la publicidad literalmente para eso y para algo más: para introducir deliberadamente un engaño, para conducir a la sociedad de manera subliminal y rastrera a la unicidad y el miedo, lanzando mensajes explícitos que son tapadera y antónimo del mensaje real, escondido en una sustancia invisible y un código alfanumérico.

Cuando *AD LIBITUM* contacta con la agencia de publicidad de Alejandro Arrudi y el estudio de diseño de Alvin Rutherford lo hace mediante un ardid: su búsqueda de una identidad en el mercado y su intención de mejorar la sociedad en su conjunto gracias al diseño de una línea de productos beneficiosos, potenciadores del optimismo y la buena salud de los consumidores. Para ello, Alvin Rutherford & Co. creará la nueva marca de la empresa y Arrudi y Asociados confeccionarán una campaña de publicidad a nivel internacional.

Al efecto de continuar con el desarrollo de esta tesis cabe establecer los límites de los conceptos de publicidad, de identidad corporativa y de marca.

Hay que plantearse qué mecanismos hacen que una campaña sea recordada más que otra y, también, hasta qué punto una campaña de publicidad bien realizada hace que un producto se implante en el mercado y sus ventas se incrementen. Según el publicista Marçal Moliné, “el cerebro humano posee unos mecanismos de trabajo que son constantes y universales, para percibir, seleccionar, interpretar y memorizar los

²² Id. 13

²³ KOTLER, Philip. *Los 80 conceptos esenciales de marketing*. Madrid: Pearson Educación, 2003, p.126.

mensajes. Únicamente el anuncio que se ajuste a esos dispositivos naturales ofrece garantías de alcanzar su objetivo”.²⁴

Es decir, en una campaña hay que provocar, en primer lugar, una llamada de atención, lo que hará que la memoria a corto plazo se ponga en funcionamiento; pero la memoria a corto plazo es volátil y tiene una capacidad de almacenamiento de datos bastante limitada, por lo tanto, se deben poner en marcha procesos que permitan la entrada de la memoria a largo plazo, procesos que, en una “comunicación activa”, propongan datos “que dejen lo suficientemente abierto el significado del mensaje como para que se incentive la actividad de completarlo, y lo bastante fácil de cerrar como para que se pueda hacer sin error”.²⁵ Así pues, en el mensaje mismo estarán incluidas las pistas para descifrarlo. Si un anuncio, o por extensión, una campaña publicitaria, se puede considerar como una especie de programa informático, sólo se conseguirá el almacenamiento real de los datos de la misma en el disco duro de nuestro cerebro, si éste participa activamente en el proceso. La “memorización es el resultado de una toma de decisiones”²⁶ por parte del receptor. Pero una toma de decisiones condicionada por la propia naturaleza del mensaje y favorecida por el interés del programa en cuanto al uso inteligente de la retórica y a la enunciación y satisfacción de emociones.

Alejandro Arrudi y su agencia crearán la campaña “bienestar global”, cuyas líneas maestras se muestran en el *briefing* que figura en la obra, así como unos primeros bocetos de anuncios para televisión y carteles, teniendo en cuenta los presupuestos teóricos enumerados. En este *briefing* se plantea un eje comunicativo (una idea esencial de venta), se define un público objetivo y se trazan los elementos básicos para una estrategia de lanzamiento. Todo ello manejando un producto irreal, un producto que esconde algo que se escapa al propio Arrudi y a su equipo, puesto que se encuentran a expensas de la información vertida por su cliente, información contrastada y verificable, que nos lleva a otra de las preguntas que *AD LIBITUM*, Human Controller, quiere dejar en el aire: ¿existe la información fidedigna?

Dice Patrick Charadeau: “Los medios no transmiten lo que ocurre en la realidad social sino que imponen lo que construyen del espacio público. La información es esencialmente una cuestión de lenguaje, y el lenguaje no es transparente; presenta su

²⁴ MOLINÉ, Marçal. *La comunicación activa*. Barcelona: Ediciones Deusto, 2003.

²⁵ Id. 16

²⁶ Id. 17

propia opacidad mediante la cual se construye una visión y un sentido particular del mundo. Incluso la imagen [...] tiene su propia opacidad que descubrimos de forma evidente cuando produce efectos perversos [...] o se pone al servicio de una falsedad.”²⁷

En otras palabras, el discurso de la información nunca es inocente.

Y menos cuando la selección de los mensajes que se transmiten se halla en manos de quienes deliberadamente pretenden *desinformar* a su público objetivo.

“La *propaganda* se caracteriza por la supresión, matización y énfasis de los elementos implicados en la información social. Frente a lo que debería ser la información independiente y auténtica, la acción propagandística se establece mediante una feroz selección de los contenidos dirigidos a la población.”²⁸ Se diferencia de la *publicidad*, sobre todo, en tanto en cuanto ésta última se considera como un mensaje informativo y estético cuya función es la de favorecer en el receptor una actitud de consumo o predisposición frente a un producto, servicio o idea, pero no la de imponer una ideología única en la sociedad desacreditando al resto.

En este caso, *AD LIBITUM*, va a utilizar planariamente la mentira como estrategia de venta y su producto es, en efecto, un arma subliminal cuyo propósito es imponer la ideología única del “capitalismo mediológico”.²⁹

Uno de los más importantes propósitos de la obra *AD LIBITUM, Human Controller*, es, precisamente, denunciar las grandes dosis de *propaganda* que se esconden bajo la pátina de la *publicidad*.

Y no sólo de la publicidad, sino de la *imagen*. La imagen entendida como reflejo social de una empresa o institución. La imagen entendida como portadora de *valores*.

La *identidad* de una empresa es definida por R.H.Beck como “las manifestaciones exteriores de una organización y sus actividades, tal como son percibidas por sus objetivos visibles y por el público en general.”³⁰

A menudo, los conceptos de *identidad corporativa* e *imagen corporativa* se utilizan como sinónimos. Sin embargo ambos conceptos se diferenciarían en tanto que la *imagen* es un registro público y la *identidad* es un constructo privado. Es decir, y

²⁷ CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la información*. Barcelona: Ed. Gedisa, 2003.

²⁸ Id. 13

²⁹ Id. 13

³⁰ KNAPP, Pat Matson. *Design corporate identity: graphic design as a business strategy*. Ed. Rockport, 2001.

utilizando las palabras de Norberto Chaves, la *identidad* institucional (o *corporativa*) es el “conjunto de atributos asumidos como propios por la institución.”³¹

Así pues, el ámbito de trabajo del *diseñador gráfico* se encontraría en la creación o modificación de los signos identificativos de la institución de cara al exterior, por tanto, en el ámbito de la *imagen*.

Como diseñador, pues, Alvin Rutherford intentará poner una *imagen* a los valores predicados por *AD LIBITUM*. Por tanto, creará una serie de signos de identificación visual de la *marca AD LIBITUM*. Y con ellos reclamará la atención del público al que van dirigidos los productos diseñados por esta compañía, concretamente esos productos que llevan dentro de sí una suerte de *tecnología* que influirá decisivamente en sus vidas.

1.3.3.- La *tecnología*: otro referente para *AD LIBITUM Human Controller*.

Hay un curioso paralelismo respecto al sentido que la sociedad reservó a la tecnología entre la época del final del siglo XIX y comienzos del XX y la de finales del siglo XX y principios del XXI. Es una tendencia que podría denominarse de “optimismo tecnológico”. En ambos, el progreso tecnológico se asimila al progreso humano.

Al final del siglo XIX, la tecnología iba a suponer el dominio sobre la Naturaleza y, por ende, revertiría en el bien de la sociedad; los nuevos materiales, los nuevos métodos constructivos iban a revolucionar el concepto de ciudad; los modernos medios de transporte reducían las distancias entre los países; los avances científicos en el campo de la medicina generaban el sueño de acabar con las enfermedades; los avances de la física permitían el uso de las energías de manera mucho más potente y duradera; el mencionado “optimismo tecnológico” se cimentaba en el “optimismo productivo”: cada vez se producía más y mejor, y el dinero se acumulaba en las manos del capitalismo industrial. Esa burguesía emergente tiene, incluso, un movimiento artístico como abanderado: el Modernismo.

A finales del siglo XX, la tecnología iba a ser la salvadora de la especie, pues contribuiría a la eliminación de la vejez y la muerte y, además, propiciaría la integración en la Naturaleza del ser humano cuando la sociedad postindustrial superara definitivamente a la sociedad industrial. Las energías renovables empiezan a

³¹ CHAVES, Norberto. *La imagen corporativa*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2001.

investigarse como una alternativa real al modelo anterior. Es la época de la popularización de los medios informáticos. Es la época de la gran revolución de las comunicaciones liderada por la World Wide Web.

En el Modernismo del siglo XIX y principios del XX existe una voluntad internacionalizadora. Se podría atisbar una suerte de “globalización” de la cultura. El arte y el diseño se entremezclan y se producen obras eclécticas donde se utilizan referencias de periodos históricos precedentes con intenciones novedosas, verdaderos pastiches decorativos, floridos y alegres. Incluso, hay una mirada hacia el resto del mundo, hacia el “primitivismo” de los “salvajes” o la cultura oriental, con intención de integrar sus planteamientos estéticos en el arte “civilizado”. Por otra parte, en las primeras vanguardias existe la voluntad de dar un sentido al arte que no pase solamente por su valor representativo o utilitario.

En el Postmodernismo de finales del siglo XX, también se da el pastiche, el refrito de estéticas previas unidas casi aleatoriamente, siempre con propósitos diferentes a aquellos con los que los originales fueron realizados. Y existe el “mestizaje”, la fusión de culturas muy alejadas en el espacio y en sus concepciones artísticas. Aunque el despreocupamiento de este periodo está teñido de desencanto y escepticismo más que de esperanza. La tecnología informática da sus primeros pasos, pero será posteriormente, ya en la última década del siglo, cuando alcance un vigor inusitado. Tanto que, a veces, se va a confundir el virtuosismo técnico con el talento artístico en obras que no ofrecen ningún tipo de mensaje.

A pesar del mencionado “optimismo tecnológico”, a poco de iniciarse el siglo XX, sobrevino la Primera Guerra Mundial y, en los albores del siglo XXI, ocurrió el atentado de las Torres Gemelas.

“Cuando el World Trade Center fue derrumbado, también se desplomaba un tipo de cultura que había vivido en la banal ilusión del *fin de la Historia*. La trivialidad con que se miraba el futuro en una sociedad postindustrial de masas se demolía con los restos humeantes de las dos Torres Gemelas. Era el final, pero no de la Historia sino del agotamiento de un estadio histórico en el que la indiferencia y la despreocupación había sido el clima general de la era posmoderna”.³²

³² Id. 13

AD LIBITUM Human Controller, plantea la tecnología como un arma muy peligrosa que empuñan manos equivocadas (*interesadas*, mejor dicho). Desde la biotecnología y la neurobiología hasta los códigos informáticos.

Human Controller es un *nanodiseño* que, integrado en la fórmula esencial de una línea de productos cosmético-farmacológicos que, supuestamente, mejora la salud, embellece el aspecto de las personas y potencia las ganas de vivir, esconde un dispositivo regulador de los procesos mentales y su objetivo es no permitir que una persona manifieste libremente su individualidad y hacer que se convierta en un mero individuo perteneciente a una masa informe. Este dispositivo libera una nueva sustancia sintética creada, de manera absolutamente confidencial y secreta, en los laboratorios de la firma, llamada *Supralignina*.

La *Supralignina*, liberada en la sangre, provoca unos procesos a nivel de interconexión neuronal que colapsan la voluntad e interfieren en el área cerebral que se ocupa de la memoria, el conocimiento abstracto y el aprendizaje, de manera que mientras la reacción está activa, puede introducirse información en el cerebro deliberada e intencionalmente en la dirección que se considere oportuna. Cuando la reacción termina y la *Supralignina* se diluye a través de la orina, la información que se ha introducido en el cerebro de manera artificial queda impresa en éste como si verdaderamente hubiera sido aprendida y memorizada de manera natural.

Los *neurotransmisores* son sustancias químicas que provocan determinados impulsos eléctricos en zonas localizadas del cerebro. Es decir, son los neurotransmisores los que permiten que una persona sienta placer, crea en Dios o se enamore de otra. Controlando los neurotransmisores se podría controlar los sentimientos de una persona y, por ende, modificar su comportamiento. Si se encontrase una sustancia controladora de los controladores, es decir, un *hiperneurotransmisor*, ésta podría controlar a una persona como a una marioneta: la *Supralignina* es la droga que va a cumplir este cometido.

Nos estamos introduciendo en el terreno que Paul Virilio define como el de “la creación de pequeñas micromáquinas que operan desde el poder de lo infinitamente pequeño, se introducen en el cuerpo humano, sustituyen órganos dañados, o los perfeccionan.”³³ Estamos considerando que *Human controller* juega con “el poder de ocupar los cuerpos con pequeñas máquinas estimulantes que crearán el hombre

³³ Id. 8

contemporáneo de la era de la velocidad absoluta de las ondas electromagnéticas. Tecnologías que permitirán implantar en su cráneo sistemas y memorias adicionales.”³⁴

Es decir, a través de la biotecnología a escala microscópica, se va a *colonizar* al ser humano a escala planetaria.

Y es precisamente una empresa de biotecnología, una rama de la ciencia que está especializada en crear dispositivos tecnológicos para mejorar la vida del ser humano, la que sirve de tapadera a los *colonizadores*.

Por otra parte, *AD LIBITUM Human Controller*, también plantea una reflexión inquietante sobre la Red de Redes. Una realidad, parafraseando a Manuel Castells³⁵, que nació como el máximo exponente de la libertad de expresión, se convierte en esta obra en un dispositivo de control y manipulación de consecuencias imprevisibles.

La liberación de la *Supralignina* se produce tras la lectura subliminal de un código numérico que se distribuye por Internet y que forma parte de páginas web de acceso generalizado.

No obstante, no se debe entender esta obra como un ataque a la tecnología *per se*. “El problema no es negar los hallazgos de la técnica, sino superarlos por medio de la crítica. Sostener el derecho y la necesidad de discrepar.”³⁶

1.3.4.- Mundos futuros no tan lejanos.

“El amparo que la ciencia ficción busca en la ciencia es facilitar la suspensión de la credulidad en el lector. Emplea ésta para formular hipótesis imaginativas y provocadoras, la finalidad de las cuales es mostrar algo maravilloso al lector. Se despierta en este el sentido de la maravilla con mayor facilidad cuanto más se haya logrado provocar su credulidad.”³⁷

Y se diferencia de los relatos meramente fantásticos en que se apoya en el racionalismo, es decir, apela a la ciencia y no a la magia o a poderes místicos.

En *AD LIBITUM Human Controller*, los personajes no se encuentran inmersos en una sociedad ajena a la nuestra, es más, los problemas que se barajan en el orden de la economía, la cultura global, la biología, la destrucción del medio ambiente, el diseño

³⁴ Id. 8

³⁵ Manuel Castells defiende este punto de vista en su visión histórica de Internet, dentro de su obra “La Galaxia Internet”, Ed. Plaza y Janés, Madrid, 2001.

³⁶ Id. 8

³⁷ GALLEGO, Eduardo. *¿Qué es la ciencia ficción? Hacia una teoría del género*. Silente, 2005.

o la informática son de actualidad y absolutamente creíbles. O, al menos, se pretende que sean creíbles, tanto, que causen desazón en el espectador y éste se pregunte si lo que se propone está o no está ocurriendo en realidad.

En la obra se hace referencia a la nanotecnología, la biotecnología, los mundos virtuales, los medios de comunicación, la neurología, la publicidad o el diseño gráfico desde una perspectiva profesional. De hecho, varias de las piezas de que consta esta creación, podrían haber sido realizadas por un estudio de publicidad y algunos textos podrían perfectamente ser de divulgación científica. Y esa ambigüedad está deliberadamente buscada.

El corazón de la propuesta se basa en una temática especulativa, que se pretende racionalizar. La tecnología actual no permite (todavía) confeccionar los liberadores microscópicos de Supralignina. Es más, dicha sustancia no deja de ser una especulación. Pero...¿sería tan imposible que hubiera empresas que estuvieran, en este mismo momento, desarrollando líneas de investigación en este sentido?

La publicidad subliminal está prohibida pero ha habido casos en que se ha utilizado y...ha funcionado. ¿Estamos aventurando procedimientos imposibles cuando nos hallamos ante una Red virtual que entra impunemente en todos los hogares?

La temática de *AD LIBITUM Human Controller* nos sitúa en un escenario distópico, y, al mismo tiempo, calificable, desde el punto de vista de la narración de *ci-fi*, como relato *postciberpunk*, es decir, donde un personaje se decide a actuar en defensa de la sociedad para cambiar las consecuencias negativas a las que se podría llegar si la conspiración tecnológica que otros personajes oscuros y poco escrupulosos elaboran triunfara.

Pero esta obra no es una novela de ciencia ficción...o, al menos, no solamente es eso.

1.3.5.- Artistas para *AD LIBITUM Human Controller*

El 17 de diciembre de 2007 constituye una fecha clave para este trabajo: **Christa Sommerer** dio una conferencia en el Salón de Actos de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia. Esa tarde, en un perfecto inglés, la directora del máster *Interface Culture* en la Universidad de Arte y Diseño de Linz, Austria, fue desgranando, imagen a imagen, una serie de metódicas y detalladas explicaciones en torno a sus obras de arte, confeccionadas en equipo con Laurent Mignonneau, relacionadas con la vida artificial y el “arte genético”.

Véase “Life Spacies” (1997), que es un espacio tridimensional interactivo de comunicación, donde los visitantes, desde una localización remota, pueden interactuar con él a través de imágenes y formas que evolucionan. Se puede entrar en este ambiente virtual a través de Internet y, escribiendo un e-mail, dar vida a una criatura. Esas criaturas también pueden ver la luz por reacción frente a los gestos y movimientos corporales de los espectadores de la obra en el museo ICC de Kyoto, en Japón, donde se encuentra la instalación.



Una persona interactúa con *Life Spacies*

Por otra parte los mencionados organismos artificiales también interactúan entre ellos, evolucionan por intercambio genético y pueden reproducirse.

En “Genma” (1996-1997), formas y estructuras “ameboides”, abstractas y tridimensionales, representan una naturaleza artificial microscópica. En palabras de la propia Sommerer, “Genma” “es una máquina que nos permite manipular la Naturaleza”. Una naturaleza sintética, artificial, claro está...”Los principios de la vida artificial y la

programación genética se ven reforzados en esta clase de criaturas, permitiendo al visitante manipular sus genes virtuales en tiempo real.”³⁸ (Ver imagen de abajo)



Un ejemplo de organismos de tipo artrópodo en *Genma*

En otras obras lo que se consigue por acción de los espectadores es hacer brotar de la nada una selva artificial, por ejemplo.

La obra de estos dos autores se vincula con la ciencia y la didáctica de la misma. Su propósito es crear sistemas autónomos y reflexionar sobre lo que significa la “manipulación” y la interactividad, además de reflejar su fascinación por lo desconocido.

No existe ninguna clase de denuncia, referencia política o juicio de valor sobre lo que está bien o lo que está mal. Como diría Virilio, se trata de “mostrar” una realidad. (En este caso *virtual*)

La fascinación que produce convertirse en una especie de hechicero de la ciencia, en una especie de Dios de un nuevo mundo, junto con las referencias a las formas microscópicas, a la inteligencia artificial, han sido fundamentales para la concepción de *AD LIBITUM Human Controller*.

³⁸ Los textos de Christa Sommerer provienen de su página Web, consultada el 9/08/08: <http://www.interface.ufg.ac.at/christa-laurent/WORKS>

Y también en el último trimestre del año 2007 se celebró otro evento clave para esta tesis de Máster, a saber, la exposición de **Eduardo Kac** que se organizó en el IVAM de Valencia desde el 27 de septiembre al 11 de noviembre.

Desde una perspectiva más lúdica y, en todo caso, mucho más comercial, este artista aborda también el tema del arte transgénico y la vida artificial. Sus trabajos de “telepresencia”, en concreto, la “Cápsula del tiempo” de 1997, fueron transcendentales en la concepción de *Human Controller*.

La “Cápsula del tiempo” consiste en toda una parafernalia mediática en torno a la implantación de un microchip en el cuerpo del propio autor. Incluye radiografías, la retransmisión en video de la implantación hipodérmica del chip, fotografías, etc. La idea de implantar un chip dentro del cuerpo humano sirvió de “inspiración” para los robots microscópicos nanotecnológicos que liberan *Supralignina* en el organismo.



La Cápsula del tiempo

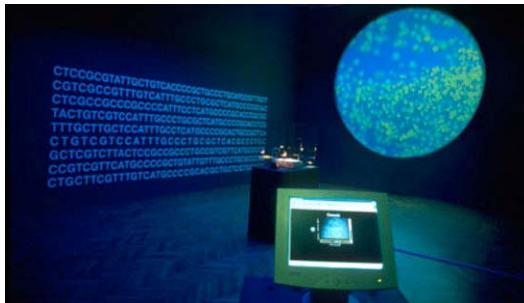
Arriba, radiografía del pie de Kac con el implante realizado. Las otras dos fotos pertenecen al proceso de transmisión televisiva en vivo de este hecho

El mismo Eduardo Kac, en el simposio "Extreme parameters". New dimensions of interactivity" (11-12 de julio de 2001), sentencia que “las nuevas tecnologías alteran culturalmente nuestra percepción del cuerpo humano, que pasa de ser un sistema autorregulado de forma natural a un *objeto controlado artificialmente* y transformado electrónicamente.”

En la exposición de Valencia se incluían otros dos trabajos que fueron también fuente de reflexión para la obra objeto de esta tesis: “Génesis” y “GFP Bunny”.

En la primera, de 1999, se “explora la intrincada relación entre la biología, los sistemas de creencias, la tecnología de la información, la interacción dialógica, la ética e Internet”³⁹ Consiste en la invención de un “gen de artista” que parte de la traducción de un pasaje bíblico del Génesis al código Morse y, la posterior transformación de ese código en pares de genes de ADN. Ese gen nuevo se introduce en una bacteria y las mutaciones de ésta son lo que el público puede ver a través de una proyección de imágenes que, en tiempo real, se desarrollan frente a un microscopio.

En la segunda, se produce “una nueva forma de arte basada en el uso de las técnicas de ingeniería genética para transferir genes sintéticos a un organismo o material genético natural de una especie a otra, a fin de crear organismos vivientes singulares.” (Cita extraída del mismo simposio mencionado anteriormente). Concretamente, se consigue que una coneja llamada “Alba” brille en verde fosforescente cuando se encuentre en la oscuridad, hecho que ocurre al habersele incorporado un gen de ciertas medusas.



A la izquierda, la coneja biónica, “Alba”. A la derecha una vista del montaje de *Génesis* en Valencia

Todo esto suena a ciencia-ficción y tiene mucho de espectáculo y es, sobre todo, un ejercicio de mercantilismo mediático. Pero sirvió para introducir las nociones de marketing, diseño, biotecnología y códigos numéricos cibernéticos en *AD LIBITUM Human Controller*.

³⁹ Texto extraído de su página WEB, <http://www.ekac.org/interactive.html>, consultada el 5/08/08

Y da pie a otro concepto muy importante para la obra que nos ocupa, el “simulacro”, en el sentido de “hiperrealidad” que introdujo Baudrillard: “el producto de una síntesis irradiante de modelos combinatorios en un hiperespacio sin atmósfera.”⁴⁰

El simulacro nos lleva a estimar como verosímiles las hipótesis de trabajo que plantean las máquinas. A veces, resulta más verosímil una información tergiversada y manipulada, que la narración llana de los hechos. Así pues, no es de extrañar que una imagen o un escenario cuidadosamente preparados sean mucho más creíbles para el común de los mortales que una realidad gris y monótona, aunque pueda resultar paradójica. En esta doble realidad de verdades posibles y ocultamientos se mueve *AD LIBITUM Human Controller* y, a ella, podrían adscribirse las obras de reconocidos “artistas del Photoshop”, como Margot Quan Knight (dentro de la serie “Fábrica”, en “Meat feet”, una persona se “abrocha” los pies con unos cordones) o Thomas Herbrich (“Leaf cutting ants”, trabajo realizado para “Agfa”, donde abigarrados liliputienses recorren un sendero de la jungla cargados con hojas verdes).



Margot Quan Knight:
Meat feet



Thomas Herbrich:
Leaf cutting ants

⁴⁰ BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Ed. Kairós, 1978.

Otro aspecto de *AD LIBITUM Human Controller* que ha de tenerse en cuenta es el engaño deliberado, la ironía que lo envuelve todo y que la acerca a la actividad de un maestro-filósofo del embuste como es Joan Fontcuberta o al “prediseño” sofisticado de un Ora-Ito.

En este último caso, el diseñador francés Ito Morabito, que empezó su carrera a finales de los años 90, utilizó la táctica de proponer objetos para marcas muy conocidas que en realidad no estaban diseñados, aunque tuvieran existencia virtual en la Red. Las potentes marcas, en vez de perder su tiempo y su dinero en pleitos, acabaron por contratar al diseñador y encargarle trabajos reales y muy bien pagados.



Dos impresiones de pantalla de la página Web de Ora-Ito

Joan Fontcuberta , a su vez, realiza libros-documento fotográficos, como son “Fauna” (1989), “Sputnik” (1997) o “Karelia, milagros & Co.” (2002) que “testimonian” importantes trabajos de investigación sobre “extraños incidentes”: en la primera se trata la desaparición del científico naturalista Peter Ameisenhaufen, especializado en la

hibridación genética de animales; en la segunda se narra un trágico episodio de la carrera espacial en el que el astronauta *Ivan Istochnikov* nunca regresó de su misión en octubre de 1968; en la tercera se describen los extraños fenómenos paranormales que se producen en un convento de monjes ortodoxos.



Joan Fontcuberta es un monje ortodoxo en *Karelia* y un astronauta ruso en *Sputnik*

Aunque toda la realidad del documento se replantea cuando se descubre, por ejemplo, que *Ivan Istochnikov* es la traducción, en ruso, de Joan Fontcuberta.

En realidad, estos trabajos ponen en entredicho la “objetividad” de la imagen y del documento fotográfico, utilizándose las fotografías, en este caso, para “demostrar” verdades inciertas y manipuladas, en todo caso, con grandes dosis de ironía y humor.

1.4.- Conclusión.

En los confines de Nueva Guinea se inicia un viaje en busca de una flor imposible que terminará en el sistema circulatorio y el cerebro de la humanidad, a través de una sustancia alienante guiada por un código oculto en Internet.

¿No podría ser este caso hipotético alguna vez realidad? ¿Qué ocurriría si los poderes económico-políticos del “mundo libre” decidieran que una humanidad adocenada, global y sin poder de decisión ni voluntad de cambio es lo más deseable para el planeta?

La *globalización* es un concepto principalmente económico y se define como “la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”.(DRAE, 2006). Algunos de sus riesgos son: el aumento de los desequilibrios económicos, sociales y territoriales; la concentración de la riqueza y el aumento de la desigualdad; la falta de control sobre los mercados y las multinacionales; la pérdida de factores que no se adaptan a la competencia (desaparición de culturas)...

En resumen, *AD LIBITUM Human Controller*, es una obra artístico-literaria que pretende denunciar esta situación y que se podría inscribir en esa tendencia del arte contemporáneo que el crítico Jorge Luis Marzo denomina “reporterización”⁴¹, donde “el registro [artístico] parece consolidarse alrededor de la **información**, tradicional anatema en el universo mental del formalismo.”⁴²

Estas intenciones se verifican a través de claves que remiten a la ciencia (antropología, biología, neurología, biotecnología), a la informática (códigos binarios, Internet), a los medios de comunicación, la publicidad y el diseño y a la literatura de ciencia ficción.

En el próximo apartado se especificarán (e ilustrarán) las piezas de que consta y cuál sería el espacio y disposición ideales para su exhibición pública.

⁴¹ MARZO, Jorge Luis. *Arte, objetividad y compromiso*. Centro Atlántico de Arte Moderno, 2008.

⁴² Id. 33

Segunda parte:

LA OBRA

2.- DESCRIPCIÓN DE LA OBRA

AD LIBITUM *Human Controller* es una obra que mezcla lenguajes. Difícilmente podría encuadrarse en un género o técnica artísticas definido sino que más bien los incluiría prácticamente todos. Hay parte de escultura, parte de fotografía, algo de pintura, mucho de literatura, instalación videográfica, un poco de teatro, efectos de sonido, animación, publicidad, simulación, diseño e informática. Se trata de una obra ambiciosa que requiere de cinco espacios que funcionan simultáneamente, cada uno con un nombre y un sentido que, sumados, permiten que al espectador descubrir la clave de la historia que se cuenta en ella.

En las páginas que siguen se va a describir cada una de las secciones de la obra y se hará referencia a los procesos de elaboración de cada pieza. Como que la exposición a la que se refiere esta tesis no tiene existencia real a fecha de hoy, ha de considerarse este caso como hipotético y como ideal la colocación y disposición de las piezas, teniendo en cuenta que estará sujeto a posibles variaciones cuando la obra sea finalmente instalada, en caso de que lo sea.

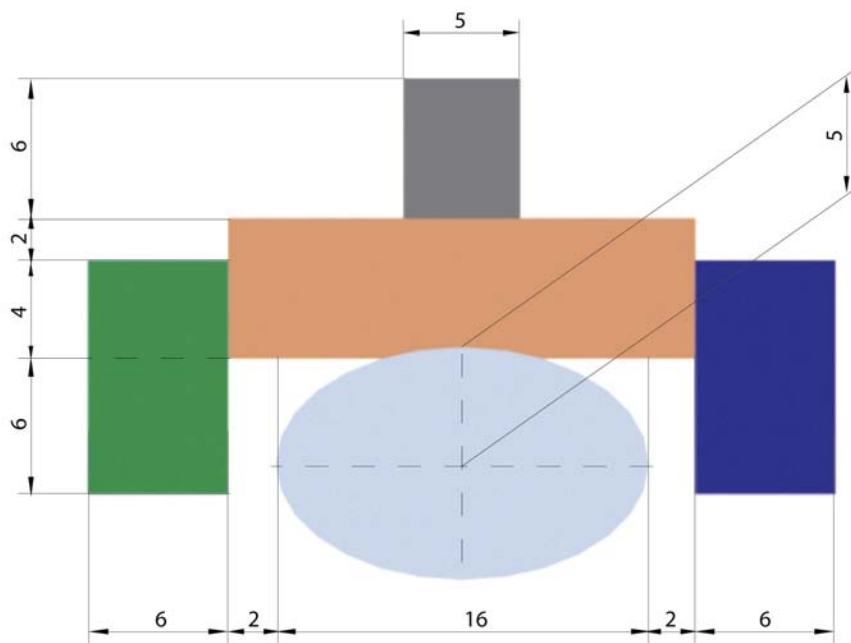
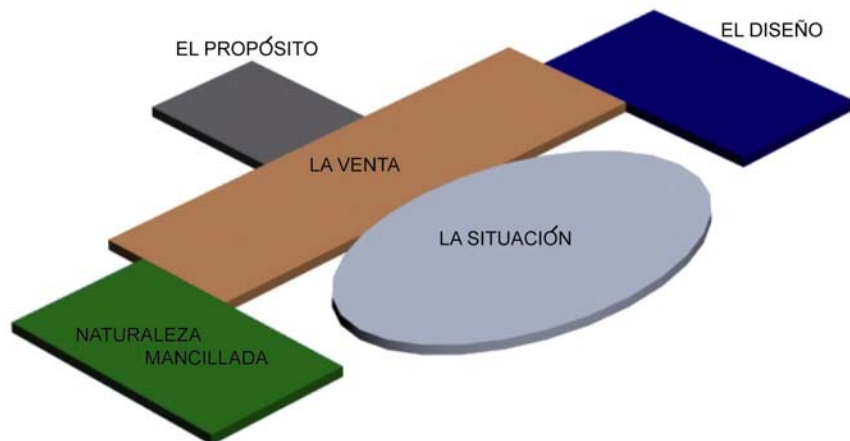
Las descripciones de los espacios expositivos irán acompañadas de una imagen generada por medios informáticos que simulará su aspecto tridimensional, utilizándose en determinados casos objetos ajenos porque no tienen todavía existencia real los originales, además de un esquema gráfico sencillo que representará su disposición en planta.

Por otro lado, también cada descripción se acompañará de la *parte literaria* de la obra, para facilitar su comprensión, y de otras imágenes a modo de ejemplo, sin perjuicio de que a la tesis se adjunte un anexo con otros elementos.

2.1.- PIEZAS Y ESPACIO EXPOSITIVO

AD LIBITUM *Human Controller*, se divide en cinco partes:

- Situación
- Naturaleza mancillada
- El diseño
- El propósito
- La venta



Plano ideal esquemático de distribución de la obra en un espacio expositivo. Las medidas están dadas en metros

2.2.- Situación

Sobre un suelo prácticamente circular se colocará una alfombra-collage construida con recortes de periódico. Los artículos escogidos versarán sobre temas relativos a la economía, la bolsa, la globalización, la pérdida de identidad cultural de los pueblos y la inmigración. La alfombra estará confeccionada con estratos de hojas y hojas de periódico, encolados, en los que se practicarán huecos y desgarros que dejarán ver las fotos y los textos que haya debajo. En puntos estratégicos del estrato superior se pegarán billetes de “Monopoly” y dados de cartón gris.

En el centro de la alfombra habrá una silla de despacho, con reposabrazos y ruedas, de color negro. Sobre el respaldo de la misma habrá una carta, escrita a mano y en inglés, fijada con una chincheta. En ella, Aldemar Rubin presenta la obra a los espectadores. Junto a la carta, habrá una transcripción de la misma, escrita con procesador de texto y en español, fijada también con chinchetas, aunque, esta vez, sobre el asiento de la silla.

En las dos paredes curvas que enmarcan la entrada a la zona central del fondo (“La venta”) que estarán también tapizadas por hojas y hojas de periódicos financieros, se colgarán dos gráficos de temática económica, uno de barras y otro de segmentos circulares, en disposición horizontal, con un formato de 100 x 70 cm. cada uno, realizados en colores planos con pintura plástica y grandes brochazos sobre lienzo, sin disimular chorretones y salpicaduras, tanto sobre las paredes como en el suelo.

A continuación, se incluye la transcripción-traducción de la carta de Aldemar Rubin, así como los esquemas gráficos que simulan el aspecto que presentará este conjunto de piezas.

(Trascripción y traducción del *Documento Original nº 1*)

CARTA A QUIEN PUEDA INTERESAR:

Es difícil revelar al mundo una trama que parece el argumento de una película de ciencia ficción y que, además, pone en peligro no sólo la credibilidad de una persona, sino también su propia vida.

Los papeles que presento a continuación son piezas de un rompecabezas a partir de las que, bien ensambladas, se puede deducir un mensaje inquietante.

Aquí expongo parte de los documentos que han llegado a mis manos por vías, a veces, poco ortodoxas, y, siempre, malintencionadas. Podrían constituir un seguro de vida, pero he preferido que se conviertan en un manifiesto y una denuncia. Los he traducido a los idiomas que sé, puesto que deseo que lleguen al mayor número de personas posible.

Hay ocasiones en que el cinismo debe dejar paso a la responsabilidad: la sociedad tiene derecho a saber...

Firmado por Aldemar Rubin



La Situación: simulación del espacio expositivo, esquema gráfico en perspectiva y vista sencilla en planta.

2.3.- Naturaleza mancillada

Consta, por un lado, de noventa y ocho xilografías de carácter primitivista, sobre papel de grabado color marfil o crema, cada una de ellas con un formato de 15 x 21 centímetros, monocromas, de temática relacionada con retratos, flores, animales y elementos decorativos de las tribus de Nueva Guinea, agrupadas de siete en siete, fijadas sobre catorce soportes rígidos (cartones pluma o similares) que, a su vez, descansarán sobre catorce atriles metálicos, de los que se utilizan en los conciertos de música clásica.

Por otro lado, colgará del techo una instantánea fotográfica en blanco y negro del hechicero aukelavo Ruro-Morela-Dor-Ez, de 100 x 70 cm., en actitud belicosa, ataviado con un tocado de plumas de ave del paraíso y pinturas rituales.

El conjunto de piezas de esta sección se complementa con un tocón de árbol, de forma cilíndrica irregular, de unos 60 cm. de alto por 40 cm. de diámetro. Sobre él estará dispuesto, dentro de una urna de cristal sellada, el diario de viaje del Doctor Albert Rodtzinger, en el que describe sus experiencias en la expedición a Nueva Guinea organizada por el departamento de investigación sobre diversidad biológica de la empresa AD LIBITUM. Del mismo tocón colgarán fotocopias de una selección de páginas del mismo diario. Además habrá también la transcripción escrita con procesador de textos de una selección de fragmentos de un artículo que sobre la tribu aukelavo de Irian Jaya publicó el antropólogo Alain Robinneau en la revista *Anthropological Science News*.

Todos estos elementos se hallarán en una estancia completamente forrada de material verde oscuro, e iluminada de tal manera que el retrato del hechicero parezca flotar sobre el resto de los objetos (penderá del techo con hilo de pescar o similar, es decir, se requerirá una sujeción invisible). No habrá mesas, ni sillas, ni nada fijado a las paredes.

Los atriles que sostienen las bandejas con los grabados se ajustarán a distintas alturas y se colocarán de manera un tanto aleatoria, intrincada, siempre detrás del tocón y delante del retrato, de manera que se asemejen a un bosque, aunque lo bastante separados entre sí como para que el público pueda detenerse delante de ellos y observar los grabados, y lo suficientemente juntos como para que se sienta incómodo.

En “Naturaleza mancillada” se utilizarán efectos de sonido que reproducirán, de manera continua, simultánea y cíclica: un aguacero intenso, cantos de pájaros y chirridos de insectos. Cada cierto tiempo se escuchará también el estruendo de una batalla entre nativos (gritos, cantos, silbidos de flechas y lanzas, etc.).

Por último, se incluirá una proyección de imágenes en la que figuran vistas de la jungla y de la orquídea descubierta. Las imágenes se proyectarán por toda la estancia.

A estas líneas sigue la transcripción del artículo de Robinneau, la selección de textos del diario de viaje de Rodzinger, el retrato del hechicero, dos ejemplos de xilografías y la simulación de la zona expositiva, junto al esquema gráfico en planta de la misma.

AUKELAVOS: TÁCTICAS DE GUERRA EN UNA CULTURA DESCONOCIDA

Extracto del artículo del antropólogo Alain Robinneau, aparecido en la revista *Anthropological Science News*, el 19 de noviembre de 1999.

Nos encontramos en un lugar que no desvelaré en este texto, pues el contacto de una tribu como la que nos ocupa con nuestra civilización podría suponer su muerte. Sólo añadiré que viven en un lugar recóndito de la selva del país más desconocido del planeta y que, pese a todo, se han mostrado como unos anfitriones pacientes y amables con quien escribe [...]

A sí mismos se llaman *aukelavos*, es decir, los que *beben la fuerza*. Y esto es así porque, en tiempos de guerra, el Hombre Sabio (el *hechicero* de la tribu, en nuestro lenguaje) prepara una extraña infusión que da a beber a los guerreros. Éstos, en la batalla, se lanzan a una lucha encarnizada, sin cuartel, y, lo que es más llamativo, sin sentir ningún tipo de dolor, aunque estén heridos, y sin sentir cansancio, aunque hayan peleado durante horas. Antes de la lucha reciben instrucciones del Hombre Sabio y las siguen al pie de la letra, no finalizando su actividad combativa hasta que todas y cada una de las órdenes del mismo se cumplen. Pelean de una manera frenética, como si su propia vida careciera de importancia y sólo tuviera valor la victoria. No tienen ninguna clase de piedad por los vencidos, a quienes descuartizan sin remordimientos, aunque no estén muertos todavía, con grandes hachas de piedra.

Puedo dar testimonio de estos hechos porque los he vivido [...]

Ruiro-Morela-Dor-Ez, el Hombre Sabio, me llevó a ver la planta. Se trata de una especie de orquídea de gran tamaño y pétalos jaspeados. Crece en lugares casi inaccesibles, en lo más profundo de la selva, y es el hogar de una especie de araña venenosísima, del tamaño de la uña del dedo pulgar, que se camufla muy bien entre los estambres anaranjados de la flor, pues la evolución la ha llevado a adquirir esa misma pigmentación que, sobre cualquier otro lugar, sería demasiado ostentosa.

El anciano recogía, más o menos, la mitad de las flores que encontraba, y, con mucho cuidado, depositaba las arañas sobre las flores que dejaba.

Una vez hecho esto, me llevó con él a un claro del bosque donde había construido una especie de altar con piedras planas toscamente encajadas. En el centro de una de ellas había tallado un hueco bastante irregular donde depositó, uno por uno,

después de acariciarlos con enorme respeto, los pétalos de las flores, mientras recitaba una especie de letanía. Después, rebuscó entre las piedras del altar hasta que encontró un trozo de mineral traslúcido, semejante al cuarzo, con el que tapó el agujero.

Al cabo de una semana, según mis cálculos, Ruiro-Morela-Dor-Ez vino a buscarme y me llevó de nuevo al altar. Retiró la piedra de cuarzo, con muchísimo cuidado, y dejó a la vista los pétalos, que estaban secos y quebradizos. Con una extraña cuchara tallada en madera, fue recolectándolos y dejándolos caer en una bolsita de cuero de ave que llevaba colgada al cuello y de la que se había desprendido unos segundos antes [...]

La choza de Ruiro-Morela-Dor-Ez destacaba en el centro del poblado. De hecho era la única construcción digna de ese nombre que ocupaba el claro donde vivían los aukelavos. Colocados de manera ordenada, en el suelo, el Hombre Sabio había dispuesto una fila de recipientes de barro (parecían, más bien, nidos de algún tipo de vencejo o golondrina, de los que estas aves construyen bajo las cornisas de nuestras casas) que contenían diversas sustancias líquidas, semillas, hojas y otros materiales indefinibles.

En un recipiente vacío colocó los pétalos secos de la orquídea y los machacó lentamente con un cilindro de madera, hasta convertirlos en un fino polvo blanquecino. Al cabo de unos minutos, salimos al exterior de la choza y, ante la total impasibilidad del resto de la tribu, que a esas horas dormía perezosamente una larga siesta, nos dirigimos a un pequeño pozo forrado con ramas secas que se utilizaba para hacer fuego y calentar la carne de los animales que cazaban [...]

La infusión de polvo de orquídea estaba caliente y empalagosa. Yo me encontraba desnudo y solo en mitad de la selva, con la única compañía del Hombre Sabio, que me hablaba al oído, en una suave cantinela, con una cadencia hipnótica.

Al cabo de unos minutos percibí un agudo cambio sensorial. La vista se me aclaró como nunca antes y veía los objetos con una nitidez impensable, escuchaba todos los ruidos del bosque de tal manera que podía distinguir el quebrarse de una rama del suave deslizarse de una serpiente. Y, no sé cómo, entendía lo que Ruiro-Morela-Dor-Ez recitaba, quiero decir que entendía el sentido de sus palabras aunque no comprendiera su forma.

Me ordenaba que me internara en la selva en busca de un canguro arborícola blanco que sabía que estaba delante de mí aunque oculto por el follaje. Me levanté y noté que mis músculos se tensaban y que eran de hierro, noté que era invencible, que nada podría detenerme ni hacerme daño y, a la vez, tenía la necesidad imperiosa y obsesiva de cumplir la orden como fuera.

Empecé a correr hacia los árboles, y aunque me hería las plantas de los pies con piedras puntiagudas y las piernas con matorrales espinosos, no podía dejar de correr...Sentía un placer indescriptible mientras corría, en ese momento ostentaba el poder, volaba por encima de mis miedos y mis limitaciones, era como un superhombre y me abalancé sobre el animal con una saña irrefrenable. Con mis puños lo bajé de la rama donde se encontraba y lo maté a mordiscos, como una fiera. Lo abrí en canal y sumergí las manos en su interior todavía humeante. Por último, destrocé su cadáver golpeándolo repetidamente contra las rocas y los troncos y, al fin, me dejé caer de rodillas sobre el suelo.

Me quedé repentinamente sin fuerzas, caí sobre la maleza como un fardo y pensé que todo acababa, que llegaba el descanso, que por fin la Muerte había venido a por mí [...]

Mi vida entre los aukelavos terminó el día que ellos lo decidieron. Una noche estaba con ellos, al día siguiente desaparecieron, sin dejar rastro. Busqué sus huellas, pero las habían borrado cuidadosamente. Sólo me dejaron, en el suelo de la selva, una bolsita de piel de canguro. Contenía polvo de orquídea.

Fragmentos del diario de viaje de Alex Rodtzinger

Documento catalogado como: estrictamente confidencial

Fecha: desconocida

Décimo día:

Irian Jaya¹ Coordenadas confirmadas. Contacto con grupo humano auto-designado “aukelavo” no efectivo por el momento. Densidad de especies vegetales y animales fuera de lo común. Porcentaje de humedad en la atmósfera casi insoportable. Temperatura entre los treinta y seis y los cuarenta grados centígrados. Se instala el campamento base y se fabrica un depósito para el armamento.

Undécimo día:

A primera hora de la mañana comienza la búsqueda de rastros humanos. Los expertos botánicos peinan la zona en busca de la flor. La zona de rastreo es muy amplia y de topografía muy dificultosa. El personal debe estar muy atento a cualquier riesgo. No debemos fallar [...]

Por la tarde se encuentra una pista. Huellas en una especie de vereda enlodada. Sin duda, son humanas. Alrededor de cuarenta o cincuenta individuos de diversas edades. Avanzan con lentitud. No estarán demasiado lejos.

Decimotercer día:

Objetivo avistado. Se cuentan alrededor de veinte varones adultos, recostados con indolencia en camas de hojas construidas sobre ramas bajas de árboles. Otros diez se encuentran sentados en el suelo, junto a las brasas de una hoguera recién apagada. Uno de ellos destaca sobre los demás por llevar un llamativo tocado de plumas de ave del paraíso, multitud de collares y tatuajes blancos en la cara que forman un dibujo geométrico. También luce una serie de pulseras de hueso y de su cuello pende una bolsita de piel. Seguramente es la máxima autoridad del grupo.

Las mujeres y los niños, si hay, no son visibles. De todas maneras, en el centro del lugar donde se encuentran han levantado algo así como una choza de ramas y hojas. Probablemente haya otros individuos en su interior.

¹ Irian Jaya: provincia indonesia situada en la mitad occidental de la isla de Nueva Guinea de la que ocupa 42 kilómetros cuadrados.

Junto a la posible entrada de la construcción han dispuesto sus armas: lanzas, hachas, una especie de cerbatanas y grandes piedras afiladas.

El operativo militar decide estudiar su comportamiento y, según los datos obtenidos, atacar por sorpresa [...]

Decimocuarto día:

Dos de los expertos botánicos y una patrulla militar está siguiendo al personaje importante de la tribu que se ha internado, solo, por un camino invisible entre la selva. El resto de la expedición permanecemos en nuestras posiciones hasta nueva orden [...]

A última hora de la tarde, ya anocheciendo, se decide asaltar el poblado. Los nativos gritan como posesos pero no pueden acceder a sus armas. Son rápidamente reducidos y maniatados. Por lo pronto y como daño colateral se producen tres bajas entre ellos al mostrarse excesivamente violentos.

Como era de suponer, las mujeres y los niños del poblado se encuentran en la choza central. Dos de los más pequeños son arrollados en la refriega y mueren en el acto. Todos los demás también son reducidos y maniatados por nuestra seguridad y la de ellos mismos.

Quedamos a la espera del regreso del guerrero importante y de nuestros compañeros [...]

Decimoquinto día:

El que se suponía máxima autoridad en la tribu no es más que un anciano. Rápidamente se le privó de las armas y se le sumó al resto del grupo. Nuestros compañeros tuvieron éxito y dieron con la flor siguiendo los pasos de este individuo [...]

El equipo de recolección se dirige rápidamente a la zona localizada de crecimiento de la planta. Interesa recabar información de los nativos sobre otros posibles filones. Para ello se recurre a los guías indígenas que prueban a comunicarse con el anciano en todos los idiomas que conocen. Éste, o bien no entiende ninguno de ellos, o finge no entenderlos. Se le hacen dibujos en papel, y sobre el suelo, para explicarle cuál es la intención de nuestro operativo. Solamente queremos las flores. Se le intenta explicar que no deseamos hacer daño a su comunidad tribal.

Nuestros expertos antropólogos y psicólogos establecen sin género de dudas que el personaje entiende nuestro mensaje, pero no manifiesta ninguna intención de colaborar.

Ante esta circunstancia perturbadora se decide emplear otros medios. Se recurre al experto en interrogatorios [...]

Decimosexto día:

La resistencia física del anciano es sorprendente. Se han aplicado métodos bastante expeditivos y no hay rendición. Es como si no sintiera el dolor de la misma manera que un ser humano corriente. Para no perder más tiempo se va a recurrir a métodos indirectos. Es decir, se interrogará a algún otro miembro de la tribu en su presencia, preferentemente alguien inocente, que inspire lástima, como puede ser el caso de una joven núbil. Esto es algo que debería quebrar su resistencia [...]

Se han recogido sólo dos kilogramos de pétalos que no son, ni de lejos, la cantidad necesaria para poder proseguir las investigaciones de la Empresa. Es necesario conseguir, al menos, cinco o seis kilogramos. Por ello hemos de aplicarnos en la obtención de datos fiables.

El equipo de expertos continúa peinando la zona cercana a la primera fuente descubierta, pero no es fácil y se ahorraría mucho dinero si se supiera exactamente a dónde ir [...]

Como primer sujeto del nuevo interrogatorio se escogió a una niña de unos diez años de edad, muy susceptible de despertar sentimientos paternos [...]

Desgraciadamente el agente interrogador se ha excedido en su cometido ante la falta de colaboración del sujeto principal. Debido al mal estado físico que presentaba la interrogada, prácticamente irrecuperable y sin posibilidades de resistir más procedimientos, ha sido preferible su descarte. Está claro que este no es el camino que nos permitirá acceder a la información que necesitamos urgentemente [...]

Decimoséptimo día:

Se ha llegado al acuerdo unánime de utilizar otro sujeto para experimentar las teorías del Dr. Alain Robinneau². Se ha preparado un cocimiento de pétalos de flor y se

²Alain Robinneau: antropólogo francés nacido en 1952 y muerto por una enfermedad tropical en 2001, autor, entre otras, de la obra *Culturas aborígenes en el fin del mundo*, Ed. Gainneau, Marseille, 1987 y diversos artículos en revistas científicas

le ha suministrado a uno de los varones que presenta mejor estado de salud. Según nuestro experto antropólogo, el individuo interpretará adecuadamente nuestras órdenes pese a que no entienda nuestras palabras. Además, este experimento nos servirá para comprobar *in situ* las cualidades de esta sustancia.

Tras ordenarle reiteradamente la tarea que ha de afrontar se le deja en libertad, adoptando las debidas precauciones. El individuo rápidamente echa a correr en una dirección determinada y un grupo constituido por los expertos botánicos y dos soldados le sigue de cerca [...]

La misión ha sido coronada por el éxito. Hemos descubierto una verdadera mina de oro. Podríamos extraer, sin mucho esfuerzo, más del doble de flores de lo que sería necesario. Es exactamente lo que vamos a hacer. Dentro de unos minutos se elaborará un plan de acción urgente para recolectar los especímenes y conservarlos en las mejores condiciones de uso [...]

Nuestros expertos en cartografía han elaborado mediante técnicas informáticas un plano detallado de la zona de extracción en el caso de que fuera necesario regresar a por más materia prima. Sólo queda determinar cómo se soluciona el problema aukelavo [...]

Decimoctavo día:

Tras muchas horas de discusión el operativo militar ha tomado la iniciativa y ha determinado que la única solución es ejecutar un procedimiento de limpieza total: descartaremos a todos los individuos del grupo humano contactado para evitar posibles desajustes y riesgos en la zona de extracción, que debe permanecer oculta y segura para los intereses de la Empresa.

En palabras de un subdelegado del departamento de producción: “un puñado de salvajes caníbales no vale lo que un gramo de esta sustancia para la civilización occidental” [...]

Vigésimo día:

Han llegado los helicópteros [...]

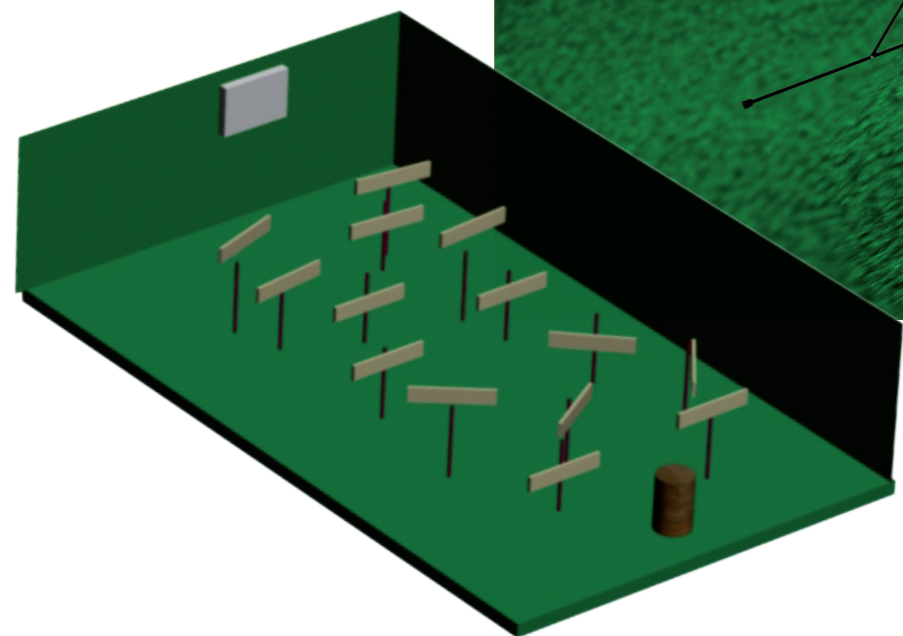
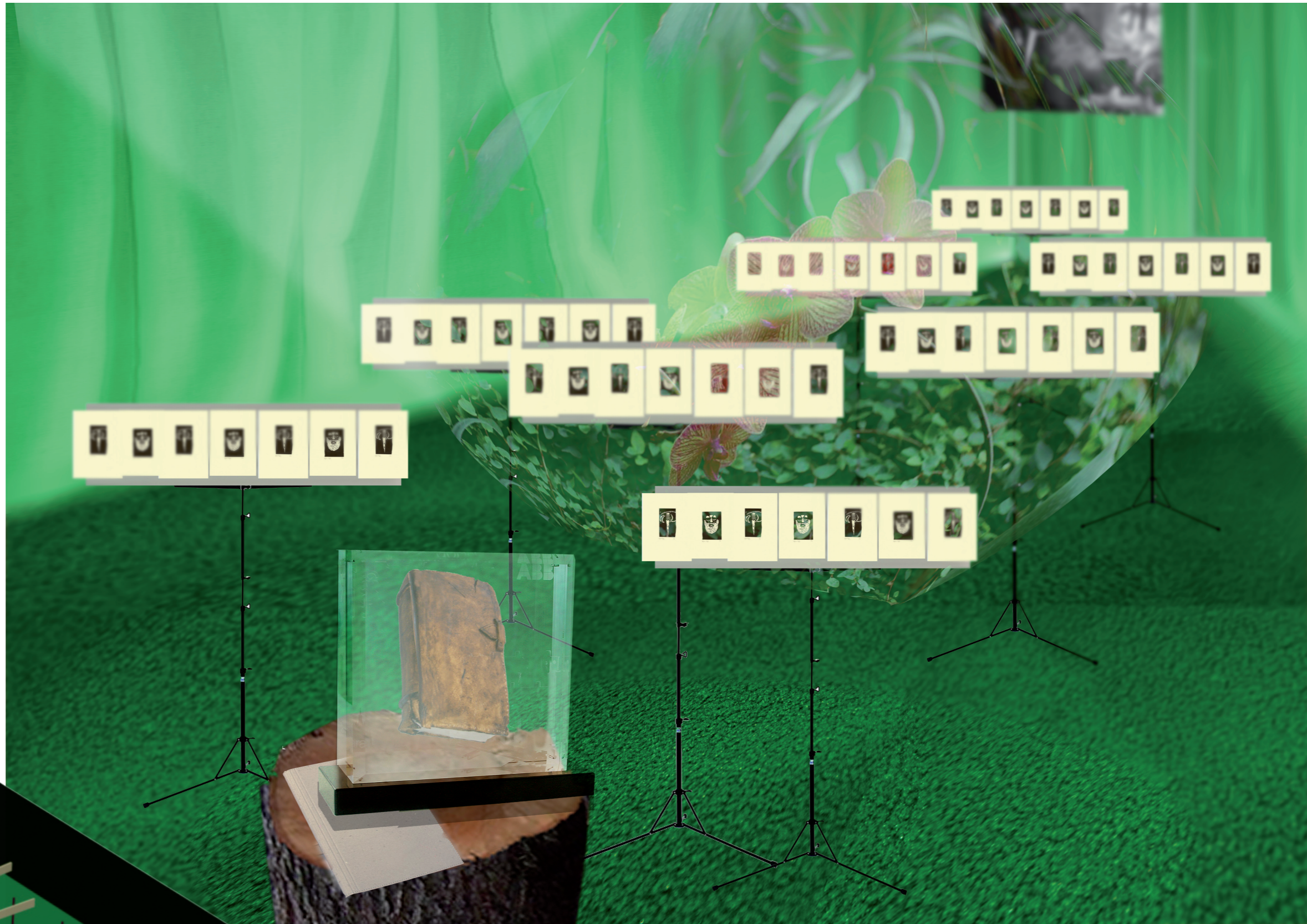
Si alguna vez alguien recalca por casualidad en este mismo lugar, lo único que encontrará será un círculo calcinado de dos kilómetros de diámetro...



Retrato del hechicero



Ejemplos de xilografías



Naturaleza mancillada: vistas gráficas en planta y perspectiva. Simulación virtual del espacio expositivo.

2.4.- El diseño

Consta de tres paneles de 100 x 70 cm. cada uno, dispuestos en horizontal, realizados con técnicas fotográfico-digitales, donde hay ilustraciones que representan células, neuronas y conexiones nerviosas en el cerebro. Los paneles penderán del techo de la estancia donde se exhiban, formando un semicírculo al fondo de la misma. En los dos paneles laterales, la ilustración sólo ocupará la mitad de su superficie, pues la otra quedará en blanco para recibir la proyección de imágenes (en modo pase de diapositivas) que vendrá del cañón que se encontrará en el panel opuesto, justo por encima de él.

En primer término se situará un prisma cuadrangular de aluminio brillante de unos 50 cm. de lado en la base y 70 cm. de altura, sobre el que se colocará una serie de documentos: la transcripción de una conferencia del doctor Albert Rohmmer sobre los efectos de la *Supralignina* en el organismo y la acción de los neurotransmisores; un informe del departamento de diseño de AD LIBITUM centrado en el modelo "Human controller"; planos constructivos del mismo objeto; proceso de síntesis de la *Supralignina* a partir de los pétalos de *Orchidea Aukelaviae Rodtzingeeii*. En la parte inferior del prisma habrá un monitor TFT en el que se desarrollará la película de animación a la que se alude en la conferencia del doctor.

Junto al prisma habrá dos recipientes esféricos (40 cm. de diámetro) de material plástico transparente, cada uno de ellos engarzado al extremo de un tubo plateado de PVC muy grueso que estará sujeto en el otro extremo a un pie-contrapeso metálico. Tales recipientes, pues, se encontrarán aproximadamente a unos 90 cm. del suelo. En uno de ellos habrá una muestra de pétalos secos de *Orchidea Aukelaviae Rodtzingeeii* y, en el otro, un grupo de probetas llenas hasta la mitad de *Supralignina*.

La estancia donde se dispongan todas estas piezas se encontrará forrada de tela azul oscuro.

Se proyectará por toda la estancia, de manera dinámica, una serie de imágenes de médicos haciendo análisis químicos y de bacterias y microbios iridiscentes desplazándose en un medio líquido u oleaginoso.

Por otra parte, se escuchará la voz de Albert Rohmmer dando su conferencia acerca de la neuroconexión y la *Supralignina*, en tono bajo, sin entenderse claramente sus palabras, como si se tratase de una música repetitiva.

En las siguientes páginas figura la transcripción de la conferencia del doctor Albert Rohmmer, el esquema gráfico en planta de una posible composición ideal de las piezas en un espacio expositivo y su simulación tridimensional.

NEUROTRANSMISIÓN Y SUPRALIGNINA

Conferencia del Doctor Albert Rohmmer

Pronunciada en el Salón de Reuniones de la división comercial de AD LIBITUM exclusivamente para miembros de equipos directivos de la empresa.

Documento catalogado como: confidencial

Fecha: no especificada

Nota: *Los añadidos en tipografía cursiva, entre corchetes, que figuran en el texto, corresponden a anotaciones de puño y letra del propio doctor en el guión original que utilizó para su lectura.*

Se me ha pedido que les explique de manera sencilla y divulgativa cuál es la línea de investigación que estamos desarrollando en la actualidad. Permítanme decirles, señoras y caballeros, que nos hallamos frente a un descubrimiento capital que podría asegurar, por un lado, la hegemonía de la Empresa en nuestro sector y, lo que es más importante, la estabilidad mundial dentro de los parámetros del mundo libre.

[Mantener un silencio dramático, que todo el mundo esté pendiente de mí]

Antes de nada, quiero contextualizar claramente mi discurso. Para ello, les hablaré, previamente, de determinados conceptos clave para su comprensión.

[Introducir el gráfico 1, el del árbol conceptual. Dejar un tiempo para que lo lean]

Debido al carácter meramente divulgativo de esta conferencia me voy a permitir utilizar un texto básico, como es el de Neil. R. Carlson¹, para las definiciones y explicaciones con que voy a complementarla.

[Para el caso podría usar un libro del Dalai Lama o de Juan No Tengo ni Idea puesto que nadie en el departamento comercial conocerá a Carlson. Pero así, por lo menos, me evito preguntas del tipo “¿pero esto que dice Vd. está refrendado científicamente y bla, bla, bla?”]

En primer lugar, definiremos el concepto de *neurotransmisor*, para cuyo entendimiento habremos de clarificar antes el de *neurona* y sus partes.

Una *neurona* es una célula nerviosa, se trata de la “unidad elemental de procesamiento y transmisión de la información en el sistema nervioso”. Dentro del sistema, las neuronas se especializan en función de las distintas tareas que realizan.

¹ CARLSON, Neil R., *Psychology of behavior*, Ed. Allyn & Bacon, 1990

No obstante, todas ellas constan de cuatro estructuras que, como ven en este esquema, [Introducir dibujito con título “Partes”] son las siguientes:

1/ **Soma**, o **cuerpo celular**, que sería algo así como el “corazón” de la célula, es decir, el lugar donde se encuentra el núcleo y la mayor parte de los elementos que mantienen sus procesos vitales

2/ **Dendritas**, que, como observarán, tienen una forma muy parecida a las ramificaciones de los árboles, y que se encargan de la recepción de mensajes.

3/ **Axón**, que es un tubo largo y delgado que se encarga de llevar la información desde el cuerpo celular hasta los botones terminales de la célula.

4/ Los **botones terminales**, que son pequeños engrosamientos situados al final de los axones, cuya misión es la de secretar *neurotransmisores* que afectan a otras neuronas, las receptoras.

Un *neurotransmisor* es, por tanto, una sustancia química que libera el axón de una neurona y que permite la respuesta de otra neurona; es decir, sirve para que las neuronas se comuniquen entre sí. La neurona transmisora se denomina neurona *presináptica* y la receptora, *postsináptica*.

[La gente empezará a poner caras raras. Colocar el gráfico que tiene la animación constante arriba y abajo, para evitar ronquidos]

Las neuronas no están conectadas físicamente entre ellas, quiero decir, no se enlazan entre sí a través de ningún tipo de estructura, véase terminales fibrosos, uñas o anclajes. Hay, siempre, un *espacio* entre ellas, el que se conoce como *hendidura sináptica*. El neurotransmisor es el encargado de “rellenar” este espacio y conseguir que las neuronas se pongan en contacto real. Luego, un mecanismo de las membranas celulares se encarga de “limpiar” el remanente de neurotransmisor que no llegó a la neurona postsináptica.

[Introducir gráfico “esquema sinapsis”]

Y, presten atención ahora, que esto es importante: [provocar expectación] los neurotransmisores pueden ser *excitadores* o *inhibidores*, por tanto, capaces de facilitar o no un impulso eléctrico concreto. Sin embargo, es el sistema receptor de la neurona postsináptica el que determina la acción del neurotransmisor. Es por esto que un

mismo neurotransmisor puede ser excitatorio o inhibitorio y, por ende, provocar un *efecto o su contrario*.

Para que una sustancia pueda considerarse neurotransmisora, la adición de dicha sustancia directamente en la hendidura sináptica debe producir siempre los mismos efectos o contraefectos en la célula postsináptica.

Para no resultar excesivamente prolijo en mi discurso les propongo no detenerme en el proceso detallado de cómo las neuronas elaboran y trasladan las sustancias neurotransmisoras. Sólo les comentaré que, en él, se ven implicados unos orgánulos llamados *vesículas* que, mediante la *exocitosis*, las descargan al exterior. Esto ocurre debido a la presencia de un *Potencial de Acción*, que consiste en una corriente eléctrica que viaja por el axón y llega a los botones terminales y cuya energía debe ser considerable para desencadenar la secuencia que he descrito someramente.

[A estas alturas la gente estará pensando en las vacaciones o en el culebrón de la tele, así que es el momento de poner los dibujitos de colorines del cerebro, con musiquita y tal, para cada neurotransmisor. Ha de haber ritmo, aunque sin pasarse]

Quisiera, en este momento, concretar un poco el tema, dar unos ejemplos de sustancias neurotransmisoras, para que no se pierdan ustedes en disquisiciones teóricas. Veamos.

Hay una serie de neurotransmisores que controlan las comunicaciones entre las neuronas cerebrales. Estos son, a grandes rasgos, los que nos interesan para el estudio que llevamos a cabo:

1/ La *acetilcolina* regula la capacidad para retener una información, almacenarla y recuperarla en el momento necesario. Cuando el sistema que utiliza la acetilcolina se ve perturbado, aparecen problemas de memoria y, en casos extremos, demencia senil.

2/ La *dopamina* favorece la búsqueda del placer y de las emociones así como el estado de alerta. Potencia también el deseo sexual. Cuando escasea, puede aparecer la desmotivación y la depresión.

3/ La *noradrenalina* se encarga de crear un terreno favorable para la atención, el aprendizaje, la sociabilidad, la sensibilidad frente a las señales emocionales y el deseo sexual. Si no hay la suficiente, nos encontramos con desmotivación, depresión, pérdida de libido y reclusión en sí mismo del individuo afectado.

4/ La *serotonina*. juega un papel importante en la coagulación de la sangre, la aparición del sueño y la sensibilidad a las migrañas.

5/ El *Ácido gamma-aminobutírico* o *GABA*. es el neurotransmisor más extendido del cerebro. Ralentiza la transmisión de las señales nerviosas. Sin él, las neuronas transmitirían las señales cada vez más deprisa hasta agotar el sistema. El GABA, pues, permite mantener los sistemas bajo control. Su presencia favorece la relajación. Cuando los niveles de este neurotransmisor son bajos hay dificultad para conciliar el sueño y aparece la ansiedad.

6/ La *adrenalina*. nos permite reaccionar frente a las situaciones de estrés. Las tasas elevadas de adrenalina en sangre conducen a la fatiga, a la falta de atención, al insomnio, a la ansiedad y, en algunos casos, a la depresión.

Asimismo, el alto o bajo nivel de los neurotransmisores tiene una notable influencia sobre las funciones mentales, el *comportamiento* y el *humor* de una persona.

Llegados a este punto, deténganse y reflexionen sobre lo que llevamos dicho.

[*Expectación*]

Y, ahora, vamos a plantear la cuestión que realmente me ha traído ante ustedes esta mañana...

[*Es el momento de la película de dibujos. Toca espectáculo*]

[*Después de verla, dar unos segundos para que la asimilen y continuar. Tono enfático, que se emocionen*]

Como han podido observar en la animación, nuestra misión se focaliza ahí: en obtener una sustancia capaz de controlar al resto de las sustancias. ¿Imaginan ustedes un instrumento que permitiera alterar las proporciones de los neurotransmisores excretados y regular su flujo de manera voluntaria? ¿Una *meta-sustancia* que produjera los potenciales de acción para cada uno de ellos de manera controlada?

Conseguiríamos individuos insensibles al dolor, por ejemplo, o capaces de rendir al máximo en sus tareas con un entusiasmo fuera de lo común...o lo que es más importante, *individuos que seguirían las pautas dictadas por nuestra sociedad sin plantear la más mínima objeción.*

[*Esta última frase debo pronunciarla todavía con más énfasis, como un político en un mitin. El público debe entusiasmarse ante la perspectiva que se le ofrece*]

Nuestro departamento de investigación biológica, en su división de drogas, fármacos y narcóticos, acaba de sintetizar un nuevo componente a partir de los pétalos secos de una especie de orquídea recientemente descubierta. Este componente ha sido bautizado como *Supraligina*.

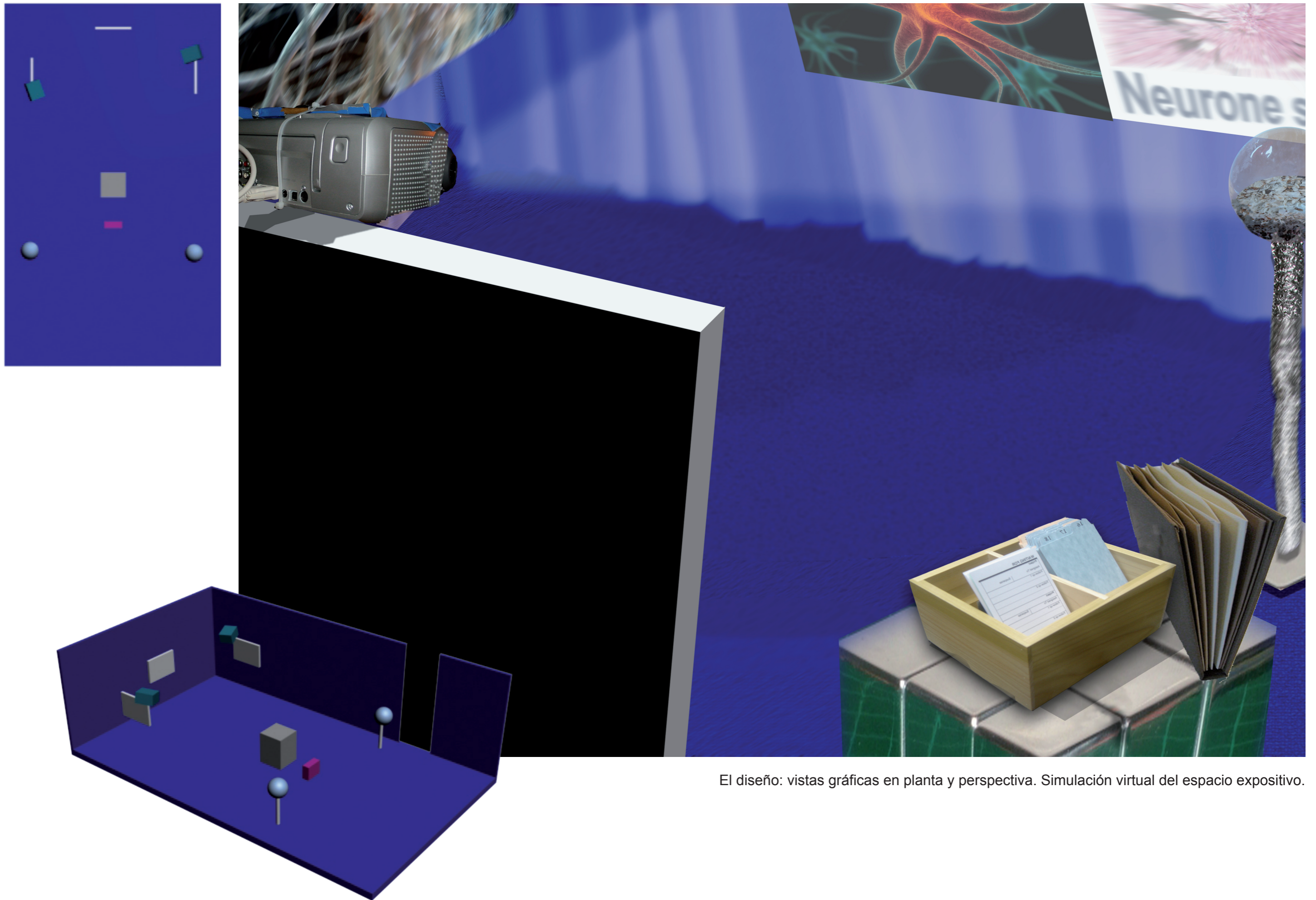
[Introducir la imagen de los chicos en bata manejando probetas y todo eso]

Estamos a punto de experimentar con ella sobre individuos de estudio voluntarios y pensamos que el éxito de nuestra Empresa va a ser poco menos que insuperable.

Permítanme que no les aburra con detalles técnicos, pero es necesario que entiendan una cosa: la *Supralignina*, liberada en el cerebro humano, funciona como un *router* informático: bloquea unos procesos y da paso a otros, permite su desarrollo y, al final, los inhibe y los sustituye por unos terceros. Así, indefinidamente, siempre y cuando se active determinado código *numerogenético*.

Tenemos en nuestras manos por primera vez en la Historia la herramienta que cohesionará definitivamente la sociedad occidental y la defenderá de cualquier agresión exterior. Tendremos soldados incansables, trabajadores entusiastas, niños obedientes, en suma, personas alegres en un mundo de bienestar global.

[Aplausos, un par de reverencias al público. Dios existe]



El diseño: vistas gráficas en planta y perspectiva. Simulación virtual del espacio expositivo.

2.5.- El propósito

Consta de un cilindro negro reflectante de unos 70 cm. de alto por 50 cm. de diámetro. Sobre él se colocará la transcripción de una ficha de trabajo de la empresa AD LIBITUM en la que se explica la influencia de la *Supralignina* sobre un empleado de la propia empresa con el que se experimentó de forma voluntaria.

Bajo los papeles de la misma habrá una caja negra en cuyo interior se encontrará la transcripción escrita de las conversaciones establecidas entre el Presidente de AD LIBITUM y el Director General de la Zona Sur.

En la parte superior de la estancia donde se exhiban las piezas se instalará un monitor de televisión en el que se reproducirá de forma cíclica la filmación en blanco y negro del caso experimental transcrito en los documentos.

La estancia estará completamente forrada de negro, de tal manera que la única luz que la ilumine sea la que procede del monitor y que se dirige hacia los documentos del prisma, más la de un foco lateral.

A continuación, el informe por escrito del caso de estudio y la transcripción de las conversaciones antes mencionadas, además de la simulación tridimensional de distribución de piezas.

CASO DE INVESTIGACIÓN 372-A

Informe

Carácter: estrictamente confidencial

Lugar: laboratorio División Biotécnica Zona Sur

Fecha: confidencial

Sesión de conocimiento del sujeto.

Día 2º - Entrevista: transcripción de las respuestas del sujeto de estudio.

Resp.1:

No es que me moleste trabajar, entiéndanme, lo que ocurre es que la empresa es el sitio donde trabajo y mi casa es el sitio donde vivo, o sea, que no quiero pasarme el día trabajando. Cuando suena el timbre yo recojo y me largo y los problemas del trabajo se quedan en el cajón, usted ya me entiende, me voy a casa y me pongo el partido o me voy al cine con mi chica, que para mí es lo primero. Todo lo demás me suena a secta, todo eso de ser parte de la empresa y tal y de que hay que hacer horas extras como un tonto porque sí porque es como si se las regalaras a una especie de madre que te mantiene y tal y, que no, que no, que no me gustan esas comeduras de coco, perdón por la expresión, usted ya me entiende, ¿no?

Resp.2:

Hombre, pues a mí me parece que hay que pelear por los derechos de uno, naturalmente. Que todos tenemos obligaciones pero también tenemos derechos, digo yo. Y quieres que te tengan en cuenta, y que te feliciten cuando haces las cosas bien, y que no te roben las ideas y tal. ¿Sindicatos? Hombre, pues muchos te miran mal cuando dices que estás afiliado a éste o aquél, pero, oye, alguien te tiene que cubrir las espaldas, ¿no? Se trata de la vida de uno. Y de no dejarse engañar.

Resp.3:

El cine, sí, me gusta, me gusta. Sobre todo las pelis de risa, las que te hacen pasar un buen rato y olvidarte del mundo y los problemas, que son muchos. Y me gusta ir de tapeo los fines de semana con los amiguetes y mi chica. Nos ponemos ciegos y yo, por

lo menos, el domingo me levanto al mediodía. Cuando me case y tenga críos supongo que las cosas cambiarán y habrá que pensarse dos veces lo de salir por ahí, pero mientras el cuerpo aguante, pues a divertirse, que hay una sola vida y no están los demás para vivirla por ti, usted ya me entiende.

Resp.4:

Pues me gusta mucho el fútbol, ya sabe, el *sillón-bol* y todo eso. Ir al estadio, también, con todo el ambientazo y el follón. Que te pones hasta arriba de papas y de cerveza y te pintas la cara a rayas y le llamas *hijoputa* al árbitro y te quedas como Dios, usted ya me entiende. Y, perdón por lo que voy a decir, pero a veces te quedas todavía más a gusto porque te imaginas que el jefe es el árbitro y no paras de ponerle a caldo. Es como una *liberación*, ya sabe.

Resp.5:

La comida de siempre, la que hace la abuela. Esa carne crujiente y doradita, llena de grasa...Ya, ya sé que es mala la grasa, pero ¿qué quiere que le diga?, la comida ha de tener sabor. Y mire que están buenos los potajes y las alubias esas llenas de chorizo picante. Un buen vino, siempre es un buen vino. Y el queso, bien curado, del que se desmiga en la boca, con mucho pan tostado con ajo y aceite. Y no todas esas mariconadas de hamburguesas y comida basura y tampoco todas esas chorradas de ahora, que te ponen un plato gigante como una plaza mayor y, en el centro, una pijotada de colores con nombre francés y que te la acabas de un bocado sin enterarte ni de a lo que sabe. Te soplan un pastón y luego te quedas en blanco, usted ya me entiende...

Resp. 6:

Mire, yo no entiendo de filosofías, ¿sabe usted? El mundo está como está y no se puede hacer nada por arreglarlo, al menos desde donde yo estoy. Porque, por mucho que digan que todos participamos y bla, bla, bla, si los que mandan no hacen nada, ¿qué vamos a hacer los de abajo? Vienen los inmigrantes y tal, claro, porque no tienen dónde caerse muertos, usted ya me entiende, y de algo hay que vivir. Hombre, a mí,

mientras no me jodan, me parece bien, que vengan y trabajen y todo eso, pero que no me quiten el *curro* ni que me roben, ya sabe. Yo, lo único que veo, es que los ricos cada vez son más ricos y los pobres cada vez más pobres. Y eso no está bien. Y eso de que las empresas se vayan a países donde pueden tener a los trabajadores como esclavos todo por no pagar lo que toca a los empleados de aquí, tampoco me parece nada bien. Que digo yo que todo no es el dinero y que también cuentan las personas. Mire, una sonrisa de mi chica vale para mí más que todo el dinero del mundo...

CASO DE INVESTIGACIÓN 372-A

Informe

Carácter: estrictamente confidencial
Lugar: laboratorio División Biotécnica Zona Sur
Fecha: confidencial

*Última sesión de reconocimiento del sujeto.
Comprobación de resultados. Prueba comparativa.*
Día 10º - Entrevista: transcripción de las respuestas del sujeto de estudio.

Resp.1:

No es posible distinguir entre el lugar donde se vive y el lugar donde se trabaja. Todo es un *continuum* donde la vida es el trabajo. Nunca soy tan feliz como cuando trabajo. Soy parte de mi empresa y mi empresa forma parte de mí, como si fuera una parte de mi cuerpo o de mi alma. Nunca escucho el timbre de salida, quiero seguir, continuar la jornada hasta el infinito. Me tienen que obligar a volver a casa. Es deprimente, pero el cuerpo tiene que descansar alguna vez, de otro modo moriríamos...pero es tan triste vivir fuera de la empresa, todo carece de sentido, se vuelve inútil y absurdo.

Resp.2:

¿Derechos? No entiendo de derechos. El único derecho que conozco es el derecho a trabajar. ¿Obligaciones? Por supuesto. Hay que cumplir, y no sólo cumplir, hay que buscar el bien de la empresa. El bien de la empresa está por encima del bien individual. Todos somos engranajes en una máquina que hay que mantener funcionando permanentemente, sin descanso. Sindicatos, comités, son sólo errores del sistema, son obstáculos que se deben derribar, elementos indeseables que detienen la producción.

Resp. 3:

¿Cine? ¿Películas? Entretenimientos absurdos que distraen del verdadero sentido de la vida. El deber, el honor, el trabajo. Esos son los valores que deben primar en una sociedad sana. Acostarse temprano después de una jornada de sano cansancio laboral y, al día siguiente, madrugar como el que más para buscar el aliento del superior, el apoyo de la empresa, del verdadero hogar, y conseguir que el mundo funcione, que la

economía sea floreciente, que la pirámide social no se desmorone. Casarse con una buena mujer con la que tener hijos para que la sociedad se continúe a sí misma en un ciclo infinito. Ese debe ser el ideal de un verdadero ciudadano.

Resp. 4:

El deporte es una actividad sana, que permite el desarrollo del cuerpo y de la mente, en aras de mejorar el rendimiento de una persona en sus quehaceres diarios. Me encanta salir a correr por las mañanas y sentir el aire en el rostro, que te despeja la mente. Odio el fútbol y todo lo que representa de embrutecimiento, mala educación y costumbres insanas, esa violencia verbal y física que genera, canalizando los peores sentimientos de la gente.

Resp. 5:

La comida no es más que un medio para mantenerse vivo. No comprendo todo ese tiempo tirado en comer y comer, cuando hay tantas tareas que realizar y tantos deberes que cumplir. La comida rápida es una buena solución: una hamburguesa, un perrito caliente al mediodía, aportan las suficientes calorías y nutrientes para seguir en la brecha el resto de la tarde y, además, te acercan a la mayoría dominante, te hacen sentir parte de una comunidad mundial, global, pues estás inmerso en una cultura en ascenso, la cultura que iguala a las personas en el bienestar y el progreso. Y, por qué no, de vez en cuando, se puede tirar la casa por la ventana y acudir a un restaurante de moda, donde sirven platos de alta cocina, de modo que, de algún modo, puedas sentirte parte de la élite.

Resp. 6:

Nos encontramos en una sociedad de progreso y democracia que vela por los intereses, el bienestar y la felicidad de sus ciudadanos y este *statu quo* debe ser defendido por todos los medios contra todo tipo de agresiones exteriores, es decir, contra el terrorismo, la inmigración ilegal y salvaje, los abusos de los regímenes totalitarios que nos rodean. Para ello debemos implicarnos en el progreso de nuestra sociedad a través del trabajo, las asociaciones culturales, la familia y la caridad.

Nuestras empresas expanden el progreso y el bienestar por el mundo, contratando trabajadores en todas las naciones y contribuyendo al desarrollo de los países pobres. Pero no podemos permitir que este estado de cosas se destruya por culpa de las malas intenciones de conspiradores y malvados, comunistas, sociedades secretas y demás escoria. Está en nuestro poder caminar al lado de nuestros superiores y colaborar en el bien común de nuestros hijos.

[*pausa*]

[*Sin embargo, sin embargo...no sé qué es lo que me está ocurriendo, siento como si mis palabras sonaran huecas y las pronunciara otra persona, un extraño que vive dentro de mí, por favor, por favor, ayúdenme, no sé lo que me pasa, no lo entiendo, no recuerdo quién soy, no recuerdo cómo era mi vida antes, no recuerdo si he tenido más vida que ésta....Ayúdenme...¿qué me ocurre? Sólo quiero que alguien me ayude, por favor...]*

El último texto en cursiva y, entre corchetes, fue tachado y eliminado de la versión definitiva de este informe de resultados, entregado en fecha.....al Jefe de Proyectos Biotecnológicos Avanzados de la División Biotécnica de la Zona Sur, el señor.....

EL PROPÓSITO

Fragmentos de conversaciones privadas entre XXX, presidente de *AD LIBITUM* y XXL, Director General de la Zona Sur

Grabadas sin el conocimiento de los protagonistas.

Fecha: indeterminada

Lugar: despacho de reuniones de la División Comercial Principal de la empresa.

CONVERSACIÓN 1

XXX: ¿Has leído el Informe Rosencranz?

XXL: No. Lo conozco sólo por referencias.

XXX: Hay un párrafo que es mi favorito. Escucha:” Últimamente se está produciendo un preocupante giro social que compromete la seguridad de Occidente, la democracia y la estabilidad política y económica. Existen grupos organizados liderados por elementos subversivos que pretenden acabar con el sistema y que se arremolinan en torno a movimientos conocidos como “antiglobalizadores” y “ecologistas”. Su táctica es sibilina y su propósito destructivo. Difunden doctrinas retrógradas respecto al progreso tecnológico, la cultura y las diferencias regionales y hacen una lectura sesgada de los derechos humanos.

Frente a estos agentes desestabilizadores y apologistas del terrorismo se requiere una actitud firme y comprometida en defensa del Mundo Libre.”

¿No te parece genial?

XXL: Es interesante. Filosofías de este tipo son las que nos dan de comer y las que nos harán millonarios dentro de poco. Porque...¿hay progresos?

XXX: ¿Progresos? Ni te lo imaginas. ¡Es genial!

XXL: Te encuentro muy optimista...

XXX: El *Human Controller* está ya en fase de producción. Pero, antes de nada, quiero que veas estas imágenes. Pertenecen al caso de estudio número 372-A y los resultados son espectaculares.

XXL: Pásame el disco y el informe escrito.

CONVERSACIÓN 2

XXL: Tenías razón. Es demasiado bueno para creerlo.

XXX: Pues créetelo porque esto va en serio. No hay quien lo pare.

XXL: ¿Cómo vamos a diseminar el *Controller* entre la población?

XXX: Muchacho, yo tengo los contactos y las ideas pero no soy científico. Toda esa jerga de vocablos acabados en *itis*, *ibus* y *osis* que utilizan nuestros técnicos son de otro mundo. Me interesan los resultados.

XXL: De todas maneras, algo sabrás. Debemos ser discretos.

XXX: Por supuesto. El tema es el siguiente: el *Human Controller* es una especie de aparatito microscópico relleno de *algo* que se llama *Supralignina*. Ese aparatito nada en un gel o un líquido, según las circunstancias, que formará parte de la fórmula cualitativa de cremas, jabones, pasta de dientes, etc. y, al ponerse en contacto con la piel, se absorberá y se quedará en espera de recibir un estímulo determinado que se desencadenará cuando la persona perciba un código visual o auditivo específicos.

Esos códigos nos los arreglaremos para que se escondan en los principales buscadores de Internet y en las canciones pop de más éxito. Dichos códigos dictarán unas instrucciones que irán cambiando según las circunstancias económicas, sociales, políticas, regionales...y en función de los intereses de nuestros clientes. Éstos no conocerán los códigos bajo ningún concepto. Serán propiedad exclusiva de la Empresa. En resumidas cuentas, se trata de conseguir que la gente haga exactamente lo que se le diga en todo momento, sin ser consciente de ello, pues el *Controller* liberará en el cerebro las cantidades de *Supralignina* precisas para hacer actuar a unos *neuro-no-sé-qués* en positivo o en negativo, o algo así, no me hagas mucho caso. Lo más importante de todo esto es que la persona en cuestión se queda como tonta y se le puede hacer creer que puede derribar un muro con un dedo o que la Madre Teresa de Calcuta era la presidenta de los Estados Unidos en la época de James Dean.

XXL: ¡Brillante! Pero...

XXX: ¿Pero...?

XXL: No podemos impunemente adulterar los productos que queramos e introducir el *Human Controller* donde nos venga en gana, ¿no te parece?

XXX: Tanta ingenuidad es casi digna de elogio.

CONVERSACIÓN 3

XXX: *AD LIBITUM* se va a promocionar como empresa farmacológica y lanzará una línea de productos para que el público en general se sienta más satisfecho con su vida, vea el lado bueno de las cosas y cargue sus pilas con energía positiva.

XXL: ¿Perdón?

XXX: ¿Recuerdas nuestra última charla en este mismo lugar, hace cosa de una semana? Expresaste tus dudas acerca de la posible implantación del *Human Controller* entre la población.

XXL: Sí...

XXX: Vamos a utilizar una estrategia bastante sencilla: haremos publicidad. Venga. No pongas esa cara de idiota, amigo mío.

XXL: ¿Vamos a *publicar* el descubrimiento del siglo?

XXX: Vamos a hacer publicidad de, te repito, de “una línea de productos para que el público en general se sienta más satisfecho con su vida, vea el lado bueno de las cosas y cargue sus pilas con energía positiva”. Acabo de contártelo. ¿Has escuchado alguna vez todas esas zarandajas acerca de la identidad corporativa y demás?

XXL: Perdona, pero sigo confundido con todo esto.

XXX: Te lo voy a explicar. *AD LIBITUM* es una empresa que, ahora mismo, no conoce ni Dios. Ni nos ha interesado nunca, por supuesto, que el gran público nos conozca en realidad. Pero, ¿qué ocurriría si nos *reinventáramos*? ¿Qué ocurriría si *nacíéramos* para el gran público como una empresa tecnológica y de prestigio internacional cuyo propósito es el bien común? Se trata de hacer campaña. Una campaña de lanzamiento a lo grande. No estamos mintiendo. Buscamos el bien común. ¿O no? ¿Tú que dices?

XXL: Sí...el bien para el común de los mortales, sí...

XXX: No te veo muy convencido. Tengo un montón de gente trabajando ahora mismo para que dentro de muy poco todo el mundo sepa de nuestros logros en tecnología médica y biológica, de nuestras investigaciones en lugares remotos para acabar con las enfermedades tropicales y mejorar las cosechas de mijo para los negritos del Sudán. Somos punteros en prótesis infantiles, en piernas artificiales sensibles como princesas de cuento para aquellos que juegan al fútbol con minas antipersonales, vamos, siempre hemos sido los héroes de la difunta Lady Di. Estamos elaborando a la carrera todo tipo de estadísticas absolutamente contrastables e incuestionables al

respecto. Cuadros, gráficas, memorándums e informes para empapelar un edificio de cincuenta plantas. Debemos pensar a medio plazo, amigo mío. Dentro de un año, *AD LIBITUM* estará en los altares y las viejas le encenderán cirios para que sus nietos no se mueran de polio o de fibrosis quística. Entonces habrá llegado el momento.

XXL: Ehm...Creo que me duele la cabeza.

XXX: Te creía un poco más entusiasta. Todavía no te he contado nada.

XXL: Continúa, por favor.

XXX: En ese momento, *AD LIBITUM*, como empresa consolidada y líder en su sector, lanzará al mercado una línea de productos...

XXL:...para sentirse a gusto con la vida y bla, bla, bla...

XXX: Veo que ya estamos en sintonía. Esos productos serán cremas, geles, pasta de dientes, etc. Un catálogo completo. Todos llevarán integrados en su fórmula un producto recién descubierto en la selva amazónica que, tras mucha investigación, habrá demostrado ser ideal para fomentar el optimismo, la vitalidad y las ganas de vivir. Ese producto se llamará *Supralignina*. ¿Entiendes?

XXL: Comprendo. Maquiavélico.

XXX: Vamos, vamos, Maquiavelo era un bendito de Dios.

XXL: Por supuesto, la *Supralignina* no tiene nada que ver con la selva amazónica.

XXX: Naturalmente. Proviene de una planta de la selva, pero de otra selva. ¿Has oído hablar de Irian Jaya?

XXL: ¿Eso no está en mitad del desierto? Donde los ayatolahs y todo eso.

XXX: No exactamente. Veo que lo tuyo no es la geografía. Para el caso es lo mismo. De todas maneras, ya nos hemos encargado de que todo aquel que conozca la existencia de la planta haya desaparecido. Estamos intentando destruir, incluso, la misma selva donde se encuentra, y que los nativos se inflen a cultivar café o marihuana, me da lo mismo. Queremos hacer desaparecer todo rastro del origen de nuestra invención. En poco tiempo no existirá ni una semilla de la planta que no tengamos nosotros en nuestro poder.

CONVERSACIÓN 4

XXX: Al hilo de lo que comentábamos el otro día, quería añadir unas consideraciones y unos datos. Como comprenderás, al mismo tiempo que lanzaremos la campaña de publicidad de nuestros “productos para el optimismo” en los canales generales de venta, propulsaremos otra campaña entre nuestros clientes potenciales, los de verdad, los que quieren comprar *Human Controller*. Ni te figuras, ahora mismo, quién daría su brazo derecho por tener unas cuantas unidades...

XXL: Prefiero no saberlo.

XXX: Hablando de otra cosa, ¿quieres que te acompañe al aeropuerto?

XXL: No, tranquilo. Ya tengo los pasajes.

XXX: ¿Te vas a marchar a Santiago en un vuelo comercial? Tenemos el privado a tu disposición...

XXL: No, de verdad, ya lo tengo todo claro y preparado.

XXX: Bien, pues...Hasta la vista, ¿no?

XXL: Hasta el mes que viene.

CONVERSACIÓN 5

XXX: Sí, viajará en el vuelo de las 21:30 para Santiago de Chile. Unas ciento veinte personas. Sí...No, no quiero supervivientes. Deben carbonizarse. Debería ser tan difícil identificar los cadáveres como encontrar una gota de agua en el mar. Gracias. Lo tendré en cuenta...



El propósito: simulación de espacio expositivo

2.6.- La venta

Se trata de la parte más significativa de la obra. Cuenta con tres carteles de 100 x 70 cm. que muestran las imágenes pertenecientes a la campaña de publicidad “Global wellness- Bienestar global”. Los carteles estarán realizados con herramientas informáticas sobre soporte fotográfico y fijados a cartones-pluma que penderán del techo de la estancia en vertical y distintos niveles de altura.

En mitad del espacio expositivo se colocará una mesa de unos seis metros de anchura y 75 cm. de profundidad, cubierta totalmente por un mantel de color verde pistacho. Encima de la mesa estarán apilados, en cuidadosos montones, folletos publicitarios, pegatinas, camisetas, gorras, bolígrafos, mecheros, posavasos y otros objetos de *merchandising* relacionados con los productos de la línea comercial de AD LIBITUM.

A ambos lados de la mesa se dispondrán dos cubos, de unos 60 cm. de lado y del mismo color verde, menos por una cara, que contendrá una indiana con la marca sobre fondo blanco. El primero de ellos sostendrá ejemplares del manual de identidad corporativa de AD LIBITUM. El segundo llevará en su cara superior una pila de catálogos de los productos de la línea comercial de la misma empresa.

Detrás de la misma se dispondrá un maniquí ataviado con una camiseta de la firma.

Un prisma cuadrangular vertical, delante de la mesa, de 70 cm. de altura por 50 de lado, de color naranja vivo, sustentará los documentos del estudio de diseño de Alejandro Arrudi y la agencia de publicidad de Alvin Rutherford relativos a los *briefings* para la identidad corporativa de AD LIBITUM y los diseños de campaña para “bienestar global”.

Toda la estancia estará forrada de un material coloreado de naranja muy vivo, excepto en una pared lateral donde se dispondrá una indiana de la marca sobre fondo blanco, realizada por medios gigantográficos digitales. Al fondo de la misma, en el centro, tras una cortina entreabierta, se vislumbrará el acceso a la sala “El propósito”. A la derecha del espectador, situándose en la entrada de “La venta”, habrá una cortina de acceso a “Naturaleza mancillada” y, a la izquierda, otra que dará paso a “El diseño”, con lo cual “La venta” será la estancia central de la exposición y el punto alrededor del cual se articulará la misma.

En las páginas siguientes se muestra un esquema gráfico que contempla la composición de piezas de esta sección de la obra, unas imágenes relativas a la marca y la campaña publicitaria, además de los briefing de la identidad corporativa y de “Global wellness”.

AD LIBITUM: BRIEF PARA IDENTIDAD CORPORATIVA

Trascrito de la documentación hallada en el estudio de Diseño Gráfico Alejandro Arrudi & Co.

Fecha: indeterminada

Carácter: confidencial

ÍNDICE

1/ Contextualización	ii
a) ¿Qué es la biotecnología?	ii
b) Problemática.....	ii
2/ La empresa y su sector	iii
3/ Público objetivo	iv
4/ Declaración de intenciones y diseño de estrategia	v

1/ Contextualización

a) ¿Qué es la biotecnología?

Se trata de una disciplina científica que se ocupa de utilizar técnicas que se sirven de las propiedades de los agentes biológicos con fines industriales o de investigación.

b) Problemática.

El encargo recibido pasa por crear los nuevos signos identificativos de la empresa AD LIBITUM, de manera que sea conocida por todo el mundo y consiga transmitir unos valores determinados que se especifican más adelante. Así pues, nos encargaremos de crear la nueva marca, con logotipo y símbolo y elementos complementarios, además de un manual que recoja sus principales aplicaciones.

2/ La empresa y su sector

AD LIBITUM se presenta como la marca de una empresa biotecnológica de última generación, sita en San Diego, California, USA.

Es una empresa multinacional, con sedes en varios países de los cinco continentes, dividiendo sus áreas de influencia en grandes zonas. Por ejemplo, la zona donde se encuentra su sede de Pereira, en Colombia, es la Zona Sur, donde también se incluyen países de Asia Sudoriental. En la Zona Cero se encuentra la sede principal y el resto de sedes norteamericanas y la Zona Occidental incluye la mayor parte de Europa y también Australia y la República Sudafricana.

AD LIBITUM se puede enclavar en el sector de las empresas Médico-Farmacéuticas y se dedica a investigar en el campo de la biotecnología con fines terapéuticos y al diseño y síntesis de sustancias y aparatos que inciden en la curación y el bienestar de las personas.

3/ Público objetivo

El interés de la empresa se halla en darse a conocer a aquellas personas que, por un lado, necesitan de algún aparato biotecnológico para mejorar su salud, y, por otro lado, a las empresas que buscan sustancias para mejorar las cosechas o, por ejemplo, para acabar con las plagas sin afectar al medio ambiente.

Además también existe un gran interés por calar en el mercado de los jóvenes que desean sentirse más sanos y vitales, destacar en el deporte y en los estudios o tener una figura más atlética y equilibrada.

Así pues, habrá una línea de productos, diseñados por la división comercial de AD LIBITUM, dirigida al gran público, que incluirá en su fórmula cualitativa un componente que ofrecerá satisfacción, bienestar, optimismo y un alto rendimiento en todos los aspectos de la vida.

Ad libitum es una expresión latina que significa “a gusto”, “a voluntad” y tiene connotaciones musicales. Este nombre no es caprichoso, pues hace hincapié en la intencionalidad de la línea de productos de la empresa. Se refiere al control que “a su gusto” puede ejercer el usuario sobre su propio placer y a la satisfacción que sentirá cuando perciba la mejora de su salud y de sus capacidades físicas y mentales.

4/ Declaración de intenciones y diseño de estrategia.

AD LIBITUM busca el reconocimiento como una empresa estable, seria, avanzada tecnológicamente, fiable y volcada en el bienestar de la humanidad. Nos solicita una marca que denote profesionalidad, modernidad, dinamismo y solidez, a un tiempo. Por otro lado, como también busca la promoción de su línea comercial, en este caso, ha de existir un plus de frescura y espontaneidad.

En principio, hemos decidido crear una marca para la empresa y distinguir sus campos de acción por medio del color.

La identidad de una empresa se puede describir como “las manifestaciones exteriores de una organización y sus actividades, tal como son percibidas por sus objetivos visibles y por el público en general” (R.H. Beck, 1971).

No cabe a nuestra labor de diseñadores salvo intervenir en el área de los signos visuales de identificación y reconocimiento de la empresa, por lo que para ello empezaremos analizando los de otras compañías del mismo sector, centrándonos en la arquitectura de sus marcas.

Con esos datos, más los deseos manifestados por el cliente y condicionados por el tipo de público al que nos dirigimos, se elaborará una propuesta de diseño que deberá culminar en un manual de identidad corporativa para AD LIBITUM.

AD LIBITUM: BRIEF PARA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Trascrito de la documentación hallada en la Agencia de publicidad A.Rutherford Line.

Fecha: indeterminada

Carácter: confidencial

ÍNDICE

1/ Contextualización.	ii
a) Qué es AD LIBITUM.....	ii
b) Qué quiere vender AD LIBITUM.	ii
2/ Propuestas del cliente.	iii
3/Propuestas de la agencia.	iv
4/ Eje de campaña y primeras ideas.	v
5/ Consideraciones	vi

1/ Contextualización.

c) Qué es AD LIBITUM.

Se trata de una gran empresa multinacional que se dedica a crear productos farmacéuticos y de alta tecnología biológica con la finalidad de utilizar dichos componentes para mejorar las condiciones de salud de nuestra sociedad occidental y del resto del mundo, participando con importantes fondos en proyectos de investigación contra enfermedades infecciosas de todo el mundo, plagas y otros desastres biológicos. Su sede principal se encuentra en Estados Unidos pero tiene sucursales repartidas por todo el planeta .

d) Qué quiere vender AD LIBITUM.

La empresa quiere poner en marcha una campaña de lanzamiento muy agresiva y con repercusión mundial, de manera que, en poco tiempo, tanto su marca principal como sus productos comerciales sean conocidos por una gran cantidad de personas de todos los sectores sociales.

2/ Propuestas del cliente.

AD LIBITUM nos adelanta sus ideas respecto a lo que podría ser la campaña publicitaria que desean:

- 1/ Quieren un mensaje claro y brillante, optimista y espontáneo.
- 2/ Serían partidarios de utilizar personajes famosos en la campaña, especialmente del terreno deportivo
- 3/ No quieren que se les identifique con enfermedades graves como el cáncer o similares.
- 3/ Les interesa que, de alguna manera, el público tenga constancia de sus esfuerzos filantrópicos y de su ayuda a proyectos en beneficio del tercer mundo.
- 4/ Ponen mucho énfasis en que la gente compre sus productos comerciales.
- 5/ Les gustaría que en la campaña se hablara de nuevas tecnologías e Internet y de su apoyo a estos medios, con los que quieren que se establezca alguna vinculación.
- 6/ Por lo demás dan absoluta libertad creativa a la agencia y no ponen ninguna clase de condicionante presupuestario.

3/Propuestas de la agencia.

Por parte de la agencia empezamos por establecer ciertas prioridades:

1/ Consideramos que el cliente desea decir demasiadas cosas distintas a la vez y en demasiado poco tiempo, por lo que creemos que es mejor plantear una estrategia de lanzamiento de lo que es y significa la propia compañía, otra de afianzamiento en el mercado con la misma filosofía y, posteriormente, una que promocioe los productos comerciales, todo ello en un periodo de tiempo a medio o largo plazo. De otro modo, se corre el riesgo de que los clientes potenciales se confundan y no relacionen compañía y productos.

2/ Así pues, al principio *venderíamos* la propia compañía, es decir, lo que supone de beneficio para la sociedad su mera existencia. Consideramos que un buen método de calado social sería utilizar una estrategia de *reality*. Buscaríamos el testimonio de personas que han disfrutado de algún beneficio personal gracias a la empresa. Esto conseguiría dar credibilidad a AD LIBITUM como compañía de servicios y más pendiente del interés social que de sus intereses comerciales.

3/ En segunda instancia *venderíamos* a AD LIBITUM como patrocinadora de eventos y abanderada de la felicidad mundial. Hablaríamos de sus inversiones en materia de desarrollo del tercer mundo, en campañas para erradicar el hambre y la pobreza, etc. Buscamos, en este caso, un asentamiento de la compañía en el mercado y en su público que debería ya ser fiel e incondicional al acabar esta (o estas) campaña (s).

4/ Por último, lanzaríamos una campaña recurrente y muy agresiva para vender los productos de la división comercial haciendo mucho hincapié en quiénes son los inventores de estos objetos y sustancias, para dotar de fiabilidad y confianza a los mismos.

5/ El tema de las nuevas tecnologías aparecería en todas las campañas anteriormente citadas, a veces en forma subliminal, otras de manera clara, pero estando siempre ahí, como un elemento complementario.

4/ Eje de campaña y primeras ideas.

Para el primer paso de esta larga campaña a tres bandas, manejamos, todavía de manera un tanto indefinida, una historia en torno a la frase o slogan “por un mundo mejor”, en el que se definiría un eje de campaña que vendría a decir lo siguiente: “si AD LIBITUM” no hubiera estado ahí con nosotros para ayudarnos en el momento preciso con el aparato/ medicamento precisos, no podríamos contarles nuestra historia de superación personal”. Como ya se planteó en el punto anterior, parece recomendable en estos momentos utilizar una estrategia tipo documental, quizá combinando las imágenes en color con las imágenes en blanco y negro.

En el segundo paso, repetiríamos estilo documental, pero pasaríamos de focalizar las historias en las personas individuales a remitir al público a la totalidad del planeta, con historias que cuenten los grandes logros que para la humanidad está cosechando la empresa, con un “beneficio global”. Introducimos el concepto de “globalidad” en la frase o slogan de la campaña, de tal manera que defendamos un eje similar a “gracias a AD LIBITUM, el concepto de *globalización* pasa de ser algo relacionado con los intereses económicos a un estado de cosas en que el bienestar social se amplía a la globalidad del planeta”. El tema de la *globalización* está de moda y nos parece oportuno asociarlo a la empresa pero con evidentes connotaciones positivas.

Por último, en el lanzamiento de los productos comerciales, utilizaríamos la frase “bienestar global”, de tal manera que se introdujera un eje de campaña que manifestara algo parecido a esto: “AD LIBITUM, que ya ha demostrado anteriormente su concepto de *globalización*, pretende impregnar del mismo a las personas de la calle, haciéndoles partícipes de una alegría y un bienestar que nunca podrían haber imaginado, a través de toda una serie de productos”. De ahí, “bienestar global”, bienestar para todo el mundo, sin excepciones.

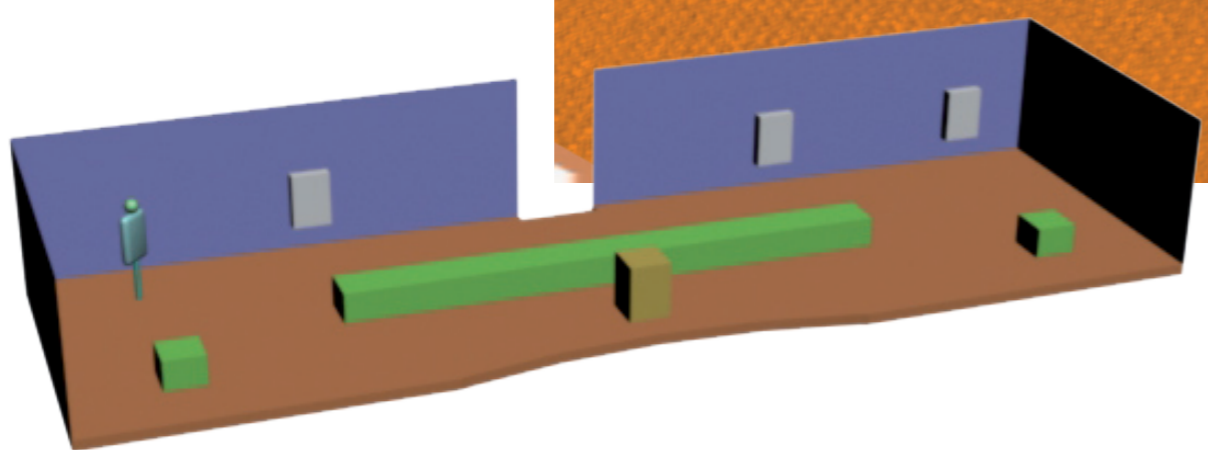
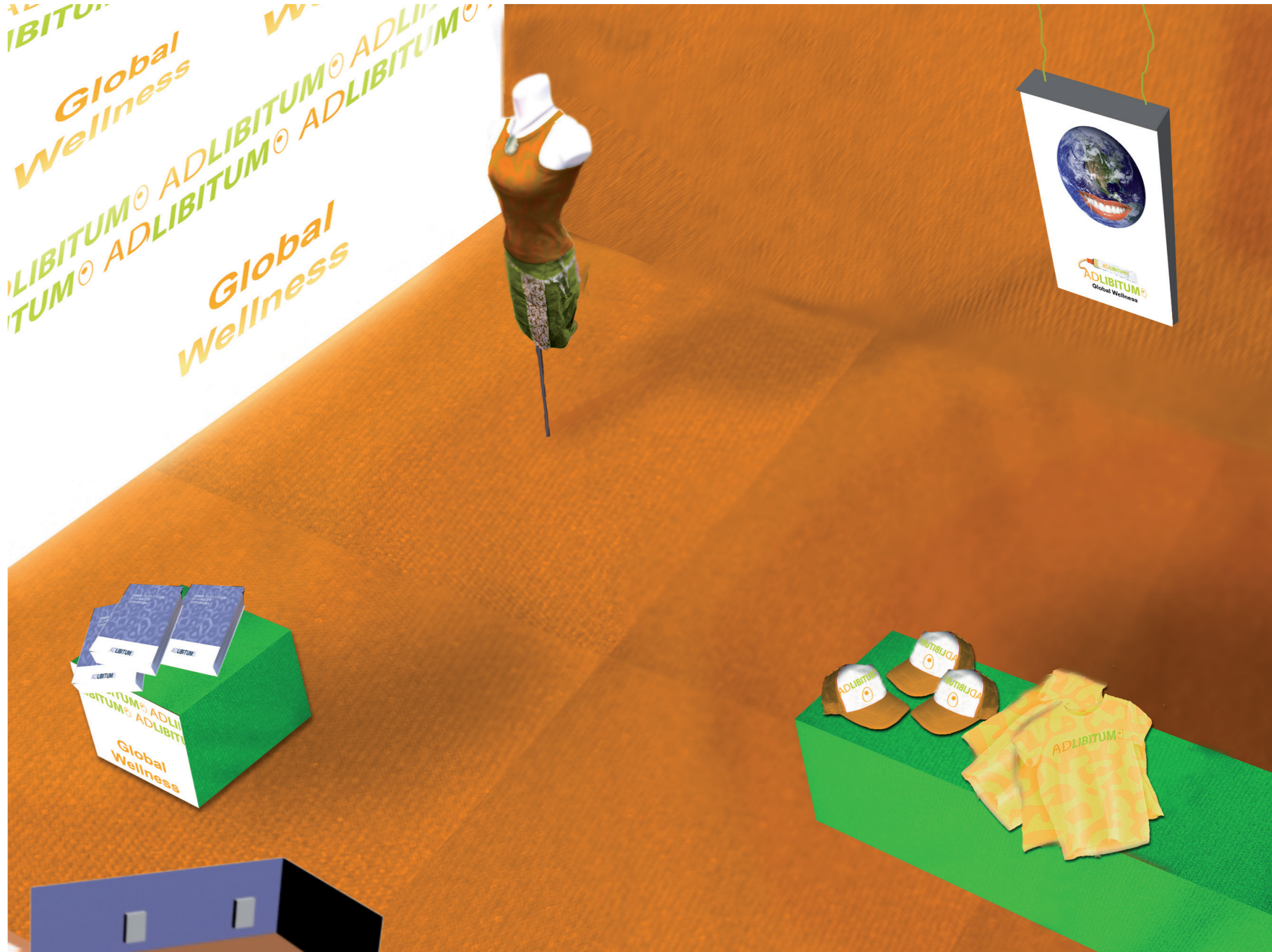
5/ Consideraciones

Conviene implicar al cliente en este proyecto pues tenemos entre manos una cuenta excepcional.

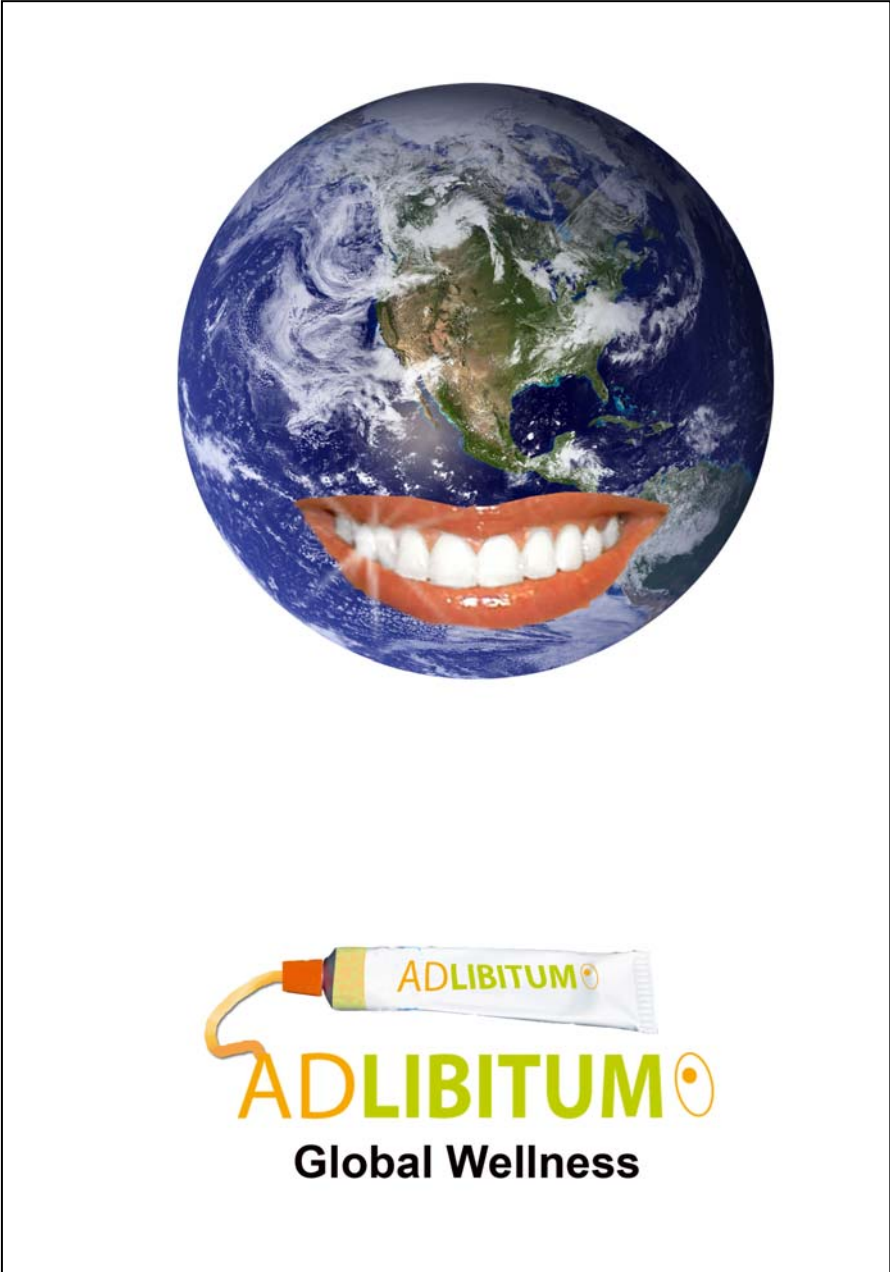
Antes de ponernos manos a la obra habrá que cuidar todos los detalles y hacer una labor de investigación importante, repasando otras campañas similares y teniendo mucho ojo en cuanto a que lo “fusilado”, si lo hubiere, no sea tan evidente que nos pueda acarrear problemas tanto al cliente como a nosotros mismos dentro de la profesión. Que nadie nos pueda acusar jamás de plagiar nada.



ADLIBITUM®
Global
Wellness
ADLIBITUM® ADLIBITUM® ADLIBITUM®
ADLIBITUM® ADLIBITUM® ADLIBITUM®
Global
Wellness



La Venta: vistas gráficas en planta y perspectiva. Simulación virtual del espacio expositivo.



ADLIBITUM 

Imagen de cartel para la campaña Global wellness y marca para la división comercial de la empresa

3.- BIBLIOGRAFÍA

3.1.- BIBLIOGRAFÍA CITADA

AMBROSE, Gavin and HARRIS, Paul. *Colour*. AVA Publishing, 2005.

Biblioteca de consulta Larousse, Diccionario de filosofía, p.47. Barcelona: SPES Editorial, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Ed. Kairós, 1978.

CARLSON, Neil R. *Psychology of behavior*. Ed. Allyn & Bacon, 1990.

CASTELLS, Manuel. *La galaxia Internet*. Madrid: Ed. Plaza y Janés, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la información*. Barcelona : Ed. Gedisa, 2003.

CHAVES, Norberto. *La imagen corporativa*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2001.

CLUTE, John. *In defense of science fiction*. Salon Books, 1999.

Enciclopedia Espasa. Madrid: Ed. Espasa Calpe, 2003.

FISHEL, Katharine. *Redesigning Identity*. Rockport Publishers, Inc., 2 000.

FRANCÉS, Fernando. Santiago Sierra, compromiso y rigor artístico. *Descubrir el arte*, Málaga, 2007.

GALLEGO, Eduardo. *¿Qué es la ciencia ficción? Hacia una teoría del género*. Silente, 2005.

GREENE, Rachel. Web work a history of internet art. *Artforum International*, 2000, núm. 9, p. 162-167.

GUTIÉRREZ, Edgardo. *Indagaciones estéticas*. Ed. Altamira, 2005.

HELLER, Eva. *Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken*. Munich: Droemer Verlag, 2000.

KNAPP, Pat Matson. *Design corporate identity: graphic design as a business strategy*. Ed. Rockport, 2001.

KOTLER, Philip. *Los 80 conceptos esenciales de marketing*. Madrid : Pearson Educación, 2003.

LAZY, Suzanne. Debated Territory: Toward a Critical Language for Public Art. En *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*, Seattle, Washington: Bay Press, 1995. p.171-185.

MARZO, Jorge Luis. *Arte, objetividad y compromiso*. Centro Atlántico de Arte Moderno, 2008.

MOLINÉ, Marçal. *La comunicación activa*. Barcelona : Ediciones Deusto, 2003.

MORIN, Edgard. *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Ed. Gedisa,1998.

- MUÑOZ, Blanca. *La cultura global*. Madrid : Pearson Prentice Hall, 2005.
- PRINGLE, David. *Las 100 mejores novelas de Ciencia Ficción*. Brighton: 1985.
- ROYO, Simón. *Rebelión*. Ed. Simbióticas, 2005.
- VIRILIO, Paul. *El procedimiento silencio*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 2005.

3.2.- BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- BAINES, Phil y HASLAM, Andrew. *Tipografía*. Barcelona: Ed. GG, 2002.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Barcelona: Ed. GG, 2002.
- BERGER, Warren. *Advertising today*. Ed. Phaidon Press Limited, 2004.
- CABOT, Mateu. *Más que palabras: estética en tiempos de cultura audiovisual*. Murcia: Ed. CENDEAC, 2007.
- COSTA, Joan. *Imagen global. Evolución del diseño de identidad*. Barcelona: Ediciones CEAC, 1987.
- COSTA, Joan. *La imagen de marca*. Madrid: Ed. Paidos, 2004.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Cuando las imágenes toman posición*. Madrid: A. Machado Libros, 2008.
- ECO, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Ed. Lumen, 1981.
- ESTEVE DE QUESADA, Alberto. *De la posibilidad y las máscaras del proyecto*. Valencia: Ed. Artes y Oficios, 2000.
- FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico. *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Madrid: Ed. Paidós, 1999.
- FRUTIGER, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Ed. GG, 2002.
- FUENTES, Rodolfo. *La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*. Madrid: Ed. Paidós, 2005.
- MARTÍN MONTESINOS, José Luis. *Manual de tipografía*. Valencia: Campgráfico, 2001.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Manual de edición y autoedición*. Madrid: Ed. Pirámide, 2004.
- McEVILLEY, Thomas. *De la ruptura al "cul de sac". Arte en la segunda mitad del siglo XX*. Madrid: Ediciones AKAL, 2007.
- MIJKSENAAR, Paul. *Introducción al Diseño de la información*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2001.
- NEWARK, Quentin. *¿Qué es el diseño gráfico?* Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2002.

- OEJO, Eduardo. *Dirección de arte*. Madrid: Ed. Eresma, 1998.
- POYNOR, Rick. *No más normas: el diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2003.
- PRICKEN, Mario. *Publicidad creativa: ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2004.
- RUIZ COLLANTES, F.Xavier. *Retórica creativa*. Barcelona: Aldea Global, 2000.
- SAMARA, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2002.
- SÁNCHEZ, Sergi. *Películas clave del cine de ciencia-ficción*. Barcelona: Ed. Robinbook, 2007.
- SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- STOKLOSSA, Uwe. *Trucos publicitarios, instrucciones sobre seducción visual*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2005.
- VV AA. *Why not*. Both-Clibborn Editions, 2000.
- VV AA. *Manual de producción gráfica. Recetas*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2004.
- VILLAFANE, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide, 1999.
- VILLAFANE, J.-MÍNGUEZ, N. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid: Ed. Pirámide, 2002

3.3.- RECURSOS DE INTERNET

3.3.1.- Para Naturaleza mancillada

MELCHER, harald. *Back to the Stoneage: Irian Jaya*.

En: www.harald-melcher.de/haupt_eng/irian_eng.htm

PETR, Jahoda. *Papua: Dani tribe in Bailem Valley*

En: www.papuatrekking.com/Dani_Lani_tribe_Baliem_valley.html

KATZER, Denis. *Surrounded by visages*. En:

www.deniskatzer.com/uk/thegreatjourney/expeditionsbefore1991/westnewguineairianjaya.htm

ASTORGA y CONTADOR. *La ruta de Oceanía*.

En: www.programas.tvn.cl/larutade/oceania/capitulo.aspx?idc=411

MONGABAY.COM. *Nueva especie de orquídea descubierta en Papua Nueva Guinea. 17-11-2006*.

En: <http://es.mongabay.com/news/2006/1117-wwf.html>

BAKER, Russ.W. *The deforesting of Irian Jaya*.
En: <http://russbaker.com/The%20Nation%20-%20The%20Deforesting%20of%20Irian%20Jaya.htm>

3.3.2.- Para *El diseño*

THE INTERNATIONAL NANOTECHNOLOGY BUSINESS DIRECTORY. *¿Qué es la nanotecnología?*

En: www.nanovip.com/what-is-nanotechnology-spanish

MURPHY, A. *Los 6 superneurotransmisores del cerebro. La coctelera*. En: www.w3.org/TR/html4/loose.dtd.

ROZADOS, Ricardo. *Los neurotransmisores en general*. En: www.psicomag.com

FUNDACIÓN BBVA. FORUMCLÍNICA. *Alteraciones en los receptores de neurotransmisores*.

En: www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd.

VVAA. *Los neurotransmisores*. En: www.openoffice.org. (Doc. En PDF)

3.3.3.- Para *El propósito y Situación*.

AZÓCAR, Ramón E. *Dialógica del orden y desorden según Morin*.

En: www.llistes.pangea.org/pipermail/infomoc/Week-of-Mon-20051107/006897.html

ROVIRA SOLER, José Carlos. *Algunas notas sobre globalización y literatura, arte, cultura, etc.*

En: www.sociedad-del-conocimiento.blogspot.com/2006/04/globalizacin-literatura-arte-cultura.html

ALGUACIL GÓMEZ, Julio. *La calidad de vida y el tercer sector: nuevas dimensiones de la complejidad*.

En: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n3/a1jalg.html>

3.3.4.- Para la *Primera parte de la tesis*.

MARTÍNEZ AGUSTONI, Fernando. *Arte y globalización*.

En: www.heterogenesis.com/Heterogenesis-5/H-38/Cas/Fernando.htm.

www.artistsofphotoshop.com

GUNN, James. *A basic Science fiction library* En:

<http://www2.ku.edu/~sfcenter/sflib.htm>.

BIO ART. En: www.ekac.org/transgenicindex.html. (Página web de Eduardo Kac)

www.interface.ufg.ac.at/christa-laurent/BIOGRAPHY/Biography.html (Página web de Christa Sommerer y Laurent Mignonneau)

DÍEZ, Julián. *Ensayos introductorios a la Ciencia Ficción en castellano*.
En: www.cyberdark.net/portada.php?edi=6&cod=449.

CASACUBERTA, David. *Las relaciones entre política y arte en red: descubra las 9 diferencias*.
En: www.uoc.edu/artnodes/esp/art/dcasacuberta1003/dcasacuberta1003.html.

Definitions of Science Fiction. En: www.panix.com/~gokce/sf_defn.html.

GUTIÉRREZ, Edgardo. *El compromiso del artista de los 60 a los 90*.
En: www.herramienta.com.ar/varios/11/11-9.html.

REPLICA 21- MASRI, Esther. *Santiago Sierra, 456 personas remuneradas*.
En: www.replica21.com/archivo/articulos/m_n/039_masri_sierra.html.

FRANCÉS, Fernando. *Santiago Sierra, compromiso y rigor artístico*.
En: <http://fernandofrances.blogspot.com/2007/05/santiago-sierra-compromiso-y-rigor.html>.

Entrevista a Geert Lovink. En: www.dreig.eu/caparazon/2008/04/08/articulos-por-los-que-vale-la-pena-bloquear-geert-lovink-y-la-critica-a-la-red/

RANCIÈRE, Jacques. *11 Tesis sobre la política*. En: <http://aleph-arts.org/pens/11tesis.html>.

Entrevista a Joan Fontcuberta. En: www.barceloca.com/dataDetails-4819/es-ES/Joan-Fontcuberta-barcelona.aspx.

FONTCUBERTA, Joan. *Karelia, Milagros & Co*.
En: www.fundacion.telefonica.com/at/ckarelia/paginas/64.html.

LOVINK, Geert. *Mapping the limits of new media*.
En: <http://laudanum.net/geert/files/1037070065/index.shtml?1220428472>.

GARCÍA SIERRA, Pelayo. *Materialismo filosófico como objetivismo estético*.
En: www.filosofia.org/filomat/index.htm.

www.ora-ito.com/cheminverstestsite/index_studio.html.

Varias definiciones obtenidas en www.Wikipedia.org.

4. TABLA DE ILUSTRACIONES

P.22- "Life Species"- ICC- NTT Museum, Tokyo Japan, 1997-Página Web de Christa Sommerer y Laurent Mignonneau: <http://www.interface.ufg.ac.at/christa-laurent/WORKS/FRAMES/FrameSet.html>.

P. 23- "Genma"- AEC Ars Electronica Center, Linz Austria, 1996- Página Web de Christa Sommerer y Laurent Mignonneau: <http://www.interface.ufg.ac.at/christa-laurent/WORKS/FRAMES/FrameSet.html>.

P. 24- a, b, c.-"La Cápsula del tiempo"- CASTANHO, Eduardo.1997.
Página Web de Eduardo Kac: <http://www.ekac.org/timcap.html>.

P. 25- a-"GFP Bunny"- FONTAINE, Chrystelle, 2000- Página Web de Eduardo Kac:
<http://www.ekac.org/gfpbunny.html#gfpbunnyanchor>.

P. 25- b-"Génesis"- Collection Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), Valencia, Spain (1/2), 2007- Página Web de Eduardo Kac: <http://www.ekac.org/geninfo2.html>.

P. 26- a- "Meat feet "- QUAN KNIGHT, Margot. En página Web:
<http://www.artistsofphotoshop.com/tag/photographers>.

P.26- b- "Leaf cutting ants"- HERBRICH, Thomas. En página Web:
<http://www.artistsofphotoshop.com/tag/photographers>.

P.27- a,b- Página Web de Ito Morabito: <http://www.ora-ito.com>.

P.28- a- "Karelia, Milagros Co."- FONTCUBERTA, Joan, 2002- Página Web:
<http://www.fundaciontelefonica.net>.

P. 28- b- "Sputnik"- FONTCUBERTA, Joan. Página Web: <http://www.fundaciontelefonica.net>.

P. 35, 36, 46, 47, 48, 56, 57, 70, 84, 85, 86- "AD LIBITUM *Human Controller*", 2008-Imágenes realizadas por el autor de la tesis.

5. UN PRESUPUESTO POSIBLE

5.1.- Para el montaje de la obra y adquisición de materiales:

	Concepto	Precio por u. Precio por m2.	Total u.	Precio total
Materiales	Atril de aluminio	20	14	280
	Tela de gamuza para forrar paredes y objetos	10 x m2	550 m2	5550
	Papel de grabado 100 x 70 cm.	4	25	100
	Cartón pluma 5mm, 100 x 70 cm.	6	10	60
	Cartel impresión digital papel fotográfico 100 x 70 cm.	60	10	600
	Bastidor madera 100 x 70 cm.	20	2	40
	Lienzo crudo	3	20 m2	60
	Tinta grabado bote 800ml	60	1	60
	Pintura acrílica bote 1L	20	5	100
	Maniquí articulado tamaño natural	350	1	350
	Ordenador portátil	600	5	3000
	Videoprojector	900	3	2700
	Monitor 22 pulgadas	200	2	400
	Caja metacrilato 50x20x22 cm.	70	1	70
	Recipiente prismático de aluminio 70x50x40 cm.	150	3	450
	Cubo metacrilato 70x70x70 cm.	200	2	400
	Cartel gigante 15m2	7500	1	7500
	Caja Monopoly	25	3	75
	Sillón de despacho con reposabrazos	120	1	120
	Papel de periódico	0,20 por Kg.	500	100
	Gorras de visera	2,35	100	235
	Camisetas	2,22	100	222
	Chapas	0,40	1000	400
	Bolígrafos	2	100	200
	Manuales de identidad	3,2	100	320
	Catálogos	2,8	100	280
	Folletos	0,7	100	70
	Esfera de plástico	80	2	160
	Tubo de PVC	20 x m.	2	40
	Otros	Montaje exposición		
Precio global				26942

5.2.- *Por horas de trabajo del artista:* Calculando un plazo de tres meses para la realización de todos los objetos precisos en la exposición, y una media de seis horas por jornada, cinco días a la semana, se trabajará un total aproximado de 360 horas. Este número se multiplicaría por 60 y daría un total de **21600 €**.

5.3.- *Suma total por ambos conceptos:* **48543 €**, IVA incluido.

6. SUMARIO

AGRADECIMIENTOS	4
AD LIBITUM, Human Controller : INTRODUCCIÓN	5
Primera parte: JUSTIFICACIÓN	6
1.- JUSTIFICACIÓN DE LA OBRA DE ARTE	7
1.1.- El compromiso artístico. Consideraciones.....	7
1.2.- Definición de la Ciencia Ficción.....	10
1.3.- ¿Hasta qué punto se puede defender que <i>AD LIBITUM, Human Controller</i> , es comprometida y desde qué puntos de vista? Relaciones con la globalización, el diseño, la publicidad y los distintos movimientos del arte tecnológico. El entronque con la Ciencia Ficción.....	12
1.3.1.- Compromiso.....	12
1.3.2.- Desinformación, publicidad y diseño gráfico en <i>AD LIBITUM Human Controller</i>	14
1.3.3.- La <i>tecnología</i> : otro referente para <i>AD LIBITUM Human Controller</i>	17
1.3.4.- Mundos futuros no tan lejanos.....	20
1.3.5.- Artistas para <i>AD LIBITUM Human Controller</i>	22
1.4.- Conclusión.....	29
Segunda parte: LA OBRA	30
2.- DESCRIPCIÓN DE LA OBRA	31
2.1.- PIEZAS Y ESPACIO EXPOSITIVO	32
2.2.- Situación	33
2.3.- Naturaleza mancillada	37
2.4.- El diseño	49
2.5.- El propósito.....	58
2.6.- La venta.....	71
3.- BIBLIOGRAFÍA	87
3.1.- BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	87
3.2.- BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	88
3.3.- RECURSOS DE INTERNET.....	89
3.3.1.- Para <i>Naturaleza mancillada</i>	89
3.3.2.- Para <i>El diseño</i>	90
3.3.3.- Para <i>La venta y Situación</i>	90
3.3.4.- Para la <i>Primera parte de la tesis</i>	90
4. TABLA DE ILUSTRACIONES	92
5. UN PRESUPUESTO POSIBLE	93
6. SUMARIO	94