

UN ARTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Eduardo Costa

Raúl Escari

Roberto Jacoby

Buenos Aires , julio de 1966

En una civilización de masas, el público no está en contacto directo con los hechos culturales, sino que se informa de ellos a través de los medios de comunicación. La audiencia de masas no ve, por ejemplo, una exposición, no presencia un happening o un partido de fútbol, sino que ve su proyección en un noticiero. Los hechos artísticos reales dejan de tener importancia en cuanto a su difusión ya que sólo llegan a un público reducido. "Distribuir dos mil ejemplares de una obra en una gran ciudad moderna, es como disparar un tiro al aire y esperar que caigan las palomas"-dijo Nam-june-Paik. En último caso, no interesa a los consumidores de información si una exposición se realiza o no; sólo importa la imagen que de este hecho artístico construye el medio de comunicación.

El arte actual (fundamentalmente el Pop) tomaba, a veces, para su constitución, elementos, técnicas, de la comunicación de masas, desconectándolos de su contexto natural (por ejemplo, Lichtenstein, D'Arcangelo con los códigos de rutas). A diferencia del Pop, nosotros pretendemos constituir la obra en el interior de dichos medios. De este modo, nos proponemos entregar a la prensa el informe escrito y fotográfico de un happening que no ha ocurrido. Este falso informe incluirá los nombres de los participantes, una indicación del lugar y momento en que se realizó y una descripción del espectáculo que se finge que ha ocurrido, con fotos tomadas a los supuestos participantes en otras circunstancias. Así, en el modo de transmitir la información, en el modo de "realizar" el acontecimiento inexistente, en las diferencias que surjan entre las diversas versiones que del mismo suceso haga cada emisor, aparecerá el sentido de la obra. Una obra que comienza a existir en el momen

to mismo en que la conciencia del espectador la constituye como ya concluida.

Existe, pues, una triple creación:

- la redacción del falso informe
- la transmisión que de dicho informe realizan los canales de información (1)
- la recepción por parte del espectador que construye -a partir de los datos recibidos y según la significación que en él adquieren estos datos- el espesor de una realidad inexistente que él imagina verdadera.

Llevamos así hasta su última instancia una característica de los medios de comunicación: la desrealización de los objetos. De este modo se privilegia el momento de la transmisión de la obra más que el de su constitución. La creación consiste en dejar librada su constitución a su transmisión.

Actualmente, la obra de arte es el conjunto de los resultados de un proceso que comienza con la realización de una obra (tradicional) y continúa hasta que dicha obra se convierta en material transmitido por los mass media. Ahora nos proponemos una "obra de arte" en la cual desaparezca el momento de la realización, ya que así se comentaría el hecho de que estas obras son, en realidad, un pretexto para poner en marcha el medio de comunicación.

Desde el punto de vista del espectador son posibles, para este tipo de obras, son posibles dos lecturas: por un lado la del espec-

---

(1) El mensaje varía según las características materiales del canal que lo transmite. "El medio es el mensaje" (Mac Luhan)

tador que confía en el medio y cree en lo que ve; por otro, la del espectador avisado que está al tanto de la inexistencia de la obra que se noticia.

Se abre así la posibilidad de un nuevo género: el arte de los Mass Media donde lo que importa no es fundamentalmente "lo que se dice" sino tematizar los medios como medios.

Este informe prepara, además a los destinatarios de la segunda lectura, "avisa" a algunos lectores y constituye la primera parte de las obras que anunciamos.

Buenos Aires, julio de 1966

Eduardo Costa

Raúl Escari

Roberto Jacoby



# Documents of 20th-century Latin American and Latino Art

A DIGITAL ARCHIVE AND PUBLICATIONS PROJECT AT THE MUSEUM OF FINE ARTS, HOUSTON

**ICAA Record ID:** 750362

**Access Date:** 2015-12-13

**Bibliographic Citation:**

Costa, Eduardo, Raúl Escari, and Roberto Jacoby. "Un arte de los medios de comunicación," 1966. Personal archive of Roberto Jacoby, Buenos Aires.

WARNING: This document is protected by copyright. All rights reserved. Reproduction or downloading for personal use or inclusion of any portion of this document in another work intended for commercial purpose will require permission from the copyright owner(s).

ADVERTENCIA: Este documento está protegido bajo la ley de derechos de autor. Se reservan todos los derechos. Su reproducción o descarga para uso personal o la inclusión de cualquier parte de este documento en otra obra con propósitos comerciales requerirá permiso de quien(es) detenta(n) dichos derechos.

Please note that the layout of certain documents on this website may have been modified for readability purposes. In such cases, please refer to the first page of the document for its original design.

Por favor, tenga en cuenta que el diseño de ciertos documentos en este sitio web pueden haber sido modificados para mejorar su legibilidad. En estos casos, consulte la primera página del documento para ver el diseño original.

**Synopsis:**

Stemming from the idea (very advanced at that time) that the media invents events, those who are writing this decide to inform—by way of social news snippets, altered photos, and apocryphal testimonies—about a happening that never took place. Different types of media reproduce the news, which is then finally denied by the group. This public declaration (1966) informs the readers, who are already advised about the theoretical reflections sustained by said experiment, inspired explicitly by an idea belonging to Canadian theorist Marshall McLuhan, that “the medium is the message.” The experiment had been produced in the context of the intellectual connections existing between the three artists (Eduardo Costa, Roberto Jacoby, and Raúl Escari) as well as theorist Oscar Masotta. This was not only about the obvious accusation that the media deceive, but also to demonstrate the possibility that you can, indeed, invent reality; in other words, that you can create an unexisting event beyond what the media itself invents. This way of thinking—susceptible to political manipulation—is recovered two years later in the project of the happening-work *Tucumán Arde* [Tucumán Is Burning] (1968).