

TRAFALUC

Amalia Ulman. *Notas acerca de una identidad manipulada en la era del hipervínculo y el espejismo.*

En "The Fight Club", la película de David Fincher, una secuencia nos invita a simplificar las relaciones humanas en pequeñas dosis compartimentadas en momentos mínimos y raciones diminutas de actividades y cosas como el café o un plato de pasta. Cuando la sociedad nos sitúa en un intersticio temporal en el que todo se licúa y se minimiza como "dosis", cuando todo es un simulacro de lo real, es interesante encontrar la obra analítica de una artista como Amalia Ulman. Su trabajo de investigación transversal nos indica hacia dónde se dirige una parte de la juventud y, por tanto, una parte de la sociedad sobre la que, supuestamente, hemos de configurar el tejido del futuro. Esa continua fase del fake, esa vida del consumo feroz y sus paradojas, así como los espejismos que genera dan forma al trabajo de esta joven artista.

La obra de Amalia Ulman se desliza por espacios que van desde el ritual iniciático simbólico *Father piercing daughter* a la clasificación digital del paisaje deconstruido *Weeping Mountain* o la manipulación de la marca comercial en el giro crítico *Navy ALPACA wool poncho*. Su trabajo responde a una investigación formal que comienza en su paso por la St. Martins School of Arts de Londres y prosigue en nuestros días en ese difícil ejercicio que es el de ser *otro*, como a cartografiar un tiempo en el que quizás tengamos que hablar del momento (post) internet, el viajero o el paseante que se siente en muchos casos como extranjero. Es quizás el único que sabe lo que es la demolición al estilo de Berger en *Una historia de la calle*. En el video *Ladder Climber*, Ulman nos entrega como metáfora visual a mujeres escalando, esa pelea que día a día se gana a base de un esfuerzo descomunal. Quien ha practicado la escalada, sabe bien que no es lo mismo abrir una vía que ir en un lugar posterior. También esta imagen podría sugerir la "escalada", ese ejercicio contemporáneo del *trepar*.

TRAFALUC no es solo el título del proyecto de Amalia, también es el nombre de una de las marcas de Inditex, ese gran monstruo de las ventas. Ayer, dando una vuelta por un Zara cualquiera, entré en su universo viendo fascinado cómo la competencia dentro de las propias tiendas entre sus propias marcas es feroz (Zara woman, Zara basic, Trafaluc y Studio)

La zona TRAFALUC está destinada a chicas de una edad comprendida entre los 16 a 22 años. Allí se encuentran cosas baratas, ropa y

complementos que, sin duda, están fusilados de los de alta costura. Es un *fake*, un negocio redondo de Zara basado en la reproducción en cadena de unos modelos muy similares a los de marcas de *pret a porter*.

Utilizar términos que responden al propio juego del consumismo más feroz no deja de ser un guiño crítico hacia el propio capital, pero también la manera más eficaz de abordar la pérdida de la identidad que generan los *mass media*, la ya tan manida globalización y la caída de un sistema que hoy más que nunca, se desmorona por momentos. Cuando los objetos conforman las señas de identidad de un grupo social que ni sabe a dónde va ni siquiera lo pretende, el arte puede aún resultar una balsa de aceite. Tejer la tela de araña de la escultura a base de tangas es un planteamiento arriesgado. El olor de las tiendas de complementos -no nos equivoquemos- apesta a polipiel y a plástico, parece que en ese lugar no hay sitio para el arte. La música *techno* imprime una necesidad de hacer "lo que sea", pero hacerlo rápido: consume, compra, gasta. Es la transformación del consumista de sueños en consumidor de esperanzas. La generación de los Ni Ni ha llegado. Quizás estemos alumbrando una generación instalada en el simulacro, *"no se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, maquina de índole reproductiva, programática, impecable, que ofrece todo los signos de lo real y, en cortocircuito, todas sus peripecias"*¹

El colectivo PSJM intuía hace unos años con su *Proyecto Marx* que el arte y la "moda" pueden ser ideológicas y que la manipulación de lo emancipatorio como supuestamente genuino no deja de ser otra vuelta de tuerca mas del sistema. Amalia Ullman sabe que trabajar con la frágil identidad de la adolescencia no solo ha de ser ideología, también sirve para ejercer de análisis sociológico (artístico) y nos hacen un retrato a la vez descarnado y muy preciso de lo que pasa o más bien de lo que "no pasa". Porque el arte tiene la capacidad de deslizarse por espacio estrechos, tránsitos donde parece que no hay nada interesante, de repente aparece. Otras artistas se han acercado a la juventud y la adolescencia como Cristina Llanos o Covadonga Macías, estudian los parámetros de la formación de la personalidad y el espacio afectivo. En el caso de Amalia Ulman aparece una diferencia de perspectiva que le otorga pertenecer a la propia generación que analiza. Además, Ulman hace una critica descarnada de cómo toda una generación puede ser

manipulada a todos los efectos, mientras piensan que no pertenecen a la clase social de la cual surgen. Es en definitiva una "ilusión de clase". El espejismo al que alude Pierre Bourdieu radica en transformar la represión en preferencias y hacer del hábito, virtud. Esto es, el gusto de necesidad o gusto de lujo y no unos ingresos fuertes, *es el "habitus el que hace que se tenga lo que gusta por que gusta lo que se tiene, esto es, las propiedades que de hecho resultan atribuidas en las distribuciones y que de derecho resultan asignadas en los enclasamientos"*².

El proyecto TRAFALUC de Amalia Ulman se nos antoja crucial, un ejercicio fundamental para entender un segmento generacional que, pese a carecer de lugar, lucha por encontrarlo. En estos tiempos extraños que nos ha tocado vivir, donde los análisis profundos se cuentan con cuentagotas, aparece el trabajo de Ullman como un análisis detallado. Y no solo es cuestión de rascar en las primeras capas para ver qué ocurre. Su trabajo se basa en una exploración profunda, sabiendo que es importante dejar trabajar a los que, por naturalidad, ocupan el espacio que se merecen.

1-Baudrillard, Jean, *Cultura y Simulacro*, Kairós, Barcelona, 1978, p. 6.

2-Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, México, 2002, p. 174.