

La potencialidad de lo falso y la cultura
shanzhai

Montse Carreño

Abstract:

This text reflects on the reversibility of the false, revalued in different areas of our life. No field is free of mixtifications and museums have coexisted with forgeries since their origins, modifying their speeches to manage the illegitimate works of their collections in favor of truthfulness and authenticity. The contemporary deconstruction of the notion of authorship has led to all kinds of transgressions on the frontiers with the true, which also operate a positive inversion of non-authenticity. The admiration for impositions or the exaltation of frauds popularized by the media accounts for the arbitrariness and the displacement of values that pivot on the demands of truth. Faced with the power of authenticity, the cases of artistic falsification that destabilize cultural foundations are also indicators of social conventions related to creative processes, such as technical ability or perfect copy, that manage to persuade the viewer through verisimilitude and aesthetic indifference.

In the era of capitalist hyperproduction and global availability, the Chinese copies flooding us everywhere are added to this equalizing valve as low cost simulations that adapt all kinds of valuable goods to popular demands. In times of crisis and recession of the true, we attended the cult of copy: a *shanzhai* revolution in terms of consumption of illusions and subversion of values.

Keywords: *forgery, authenticity, fake, Chinese copy, shanzhai*

Resumen

Este texto reflexiona sobre la reversibilidad de lo falso, revalorizado en distintos ámbitos de nuestra vida. Ningún campo está libre de mixtificaciones y los museos han convivido con falsificaciones desde sus orígenes y han modificado su discurso para gestionar las obras ilegítimas de sus colecciones a favor de la veracidad y lo auténtico. La deconstrucción contemporánea de la noción de autoría ha originado todo tipo de transgresiones en las fronteras con lo verdadero que también operan una inversión positiva de la no autenticidad. La admiración por las imposturas o la exaltación de fraudes, popularizados por los medios de comunicación, dan cuenta de la arbitrariedad y del desplazamiento de los valores que pivotan sobre las exigencias de verdad. Ante el poder de la autenticidad, los casos de falsificaciones artísticas que desestabilizan los cimientos culturales también son indicadores de las convenciones sociales relacionadas con los procesos creativos, como la habilidad técnica o la copia perfecta que logra persuadir al espectador a través de la verosimilitud y la indiferencia estética.

En la era de la hiperproducción capitalista y la disponibilidad global, las copias chinas que nos inundan por doquier se suman a esta válvula igualadora, como simulacros low cost que adaptan todo tipo de mercancías valiosas a las demandas populares. En tiempos de crisis y de recesión de lo verdadero, asistimos al culto a la copia: una revolución *shanzhai* en términos de consumo de ilusiones y de subversión de valores.

Palabras clave: *falsificación artística, autenticidad, fake, copia china, shanzhai*

Introducción

La falsificación se considera un atentado a la autenticidad, ya que es un acto que implica la creación o la modificación de algo —ya sean cosas o personas— para alterar o simular la verdad. Ningún campo está exento, desde los bienes públicos (objetos artísticos, estudios científicos, monedas o documentos históricos) hasta productos de marcas comerciales que vulneran la propiedad industrial o intelectual. La mixtificación en sus formas heterogéneas, desaprobada como fraude o delito, es también el resultado de la presión dialéctica entre el estatus dominante de la autenticidad y el ejercicio de la autoridad, que determina el dominio de lo verdadero. El interés que suscita en los campos del conocimiento es su función de indicador de los valores que forjan la cultura: el aspecto efectivo de lo falso es su potencia para cuestionar y socavar el imperio del sentido y la verdad. Aunque los falseamientos o las imitaciones de lo verdadero constituyen una amenaza para la economía, la ley y el orden, su presencia en todos los ámbitos de nuestra vida ha resultado de gran utilidad para comprender el pasado, el patrimonio común, los imaginarios colectivos y la actividad política.

En un amplio espectro, esto explicaría las actuales relaciones comerciales entre el gobierno y los *hackers*, la etiqueta y el logo adoptados por el Partido Pirata —son defensores del libre acceso para el uso común—, que ha subvertido la simbología de la piratería, el saqueo o el robo por el derecho a lo público sobre lo privado. Incluso el fenómeno político y mediático de «el pequeño Nicolás», cuya historia registra la Wikipedia, se ha incorporado al imaginario social de la falsificación. Mientras la celebridad de este joven veinteañero reposa sobre el fraude, la estafa o la usurpación —se hizo pasar por colaborador del Centro Nacional de Inteligencia (CNI), se codeó con la casta política y hasta besó la mano de Felipe VI en su proclamación como rey—, la potencialidad del caso —su efecto demoleedor— es su capacidad para deconstruir la esfera del poder, mostrándola como pura apariencia: caricaturizada en una colección de *selfies* en Facebook y simbolizada en la construcción audaz del personaje ficticio, rodeado de personalidades, chalés de lujo y coches oficiales. Los seguidores y los imitadores que dan cancha al personaje se suman a la mitificación de la figura del autor-falsificador, tan antigua como la invención de la autoría. Las imposturas y los juegos de identidades están contruidos sobre la «ilusión de realidad» o, dicho de otro modo, la mentira está hilvanada con la verdad y viceversa.

Las obras de arte son ejemplos por antonomasia que señalan el estatus cambiante de la autenticidad o la exigencia de veracidad que se extiende de los objetos simbólicos a sus creadores. Un breve recorrido por los casos de falsificaciones célebres, divulgadas e integradas en las colecciones patrimoniales, apunta a la importancia de lo falso para fortalecer el valor de lo verdadero. La idea de original – auténtico, tan enraizada en la cultura occidental, no ha dejado de ser, sin embargo, polemizada por la copia y por lo falso. Abundantes mixtificadores han devenido sucesos mediáticos de primer orden, minimizando la controversia de lo falso y la copia transformada en un potencial altamente rentable.

Al hilo de la problemática noción de autoría y originalidad desembo- camos en la deconstrucción china de la apropiación, cuyas políticas de uso y transformación dinamitan las lógicas del régimen de singularidad occidental. Actualmente se instala una tendencia que relega cada vez más el valor del original frente a la copia y que se manifiesta en todos los ámbitos de la producción contemporánea.

La mitificación de lo falso

Si pensamos en el *continuum* de falsificaciones artísticas y su capacidad para cuestionar las jerarquías de lo auténtico, su estudio y su análisis nos sirven para poner de relieve las expectativas de autenticidad a lo largo del tiempo, por ejemplo, señalando la importancia de los autores en relación a los fenómenos de plagio, como en el caso de los Vermeer falsificados por Han van Meegeren, en el que las atribuciones erróneas desvelaron el desconocimiento del autor en la época, y también como indicadores de una concepción anacrónica de la creación, interpretada como individual cuando se trata de un proceso colectivo, como el caso del Proyecto Rembrandt (Heinich, 2010, p. 6), cuyo objetivo era retirar la atribución de obras que no habían sido totalmente realizadas por el artista. Las copias de taller y las reproducciones por encargo de nobles y monarcas representaron igualmente un dilema para la noción de autenticidad, con infinidad de casos, como la réplica de *El descendimiento de la cruz* de Roger van der Weyden, ubicada en el Escorial, mientras que el original está en el Prado. Este museo albergaba además las dos versiones de *Mariana de Austria* de Velázquez, antes de ceder la copia al Louvre en 1941, a cambio de *La Inmaculada* de Murillo y *La dama de Elche*, una diosa íbera polemizada bajo sospecha de fraude (Moffitt, 1996).

Los museos han convivido con réplicas, imitaciones y falsificaciones desde sus inicios, ya que su elaboración era habitual desde la antigüedad. Las reasignaciones de autoría o de autenticidad y los avances tecnológicos han provocado un vuelco en la gestión museística de las obras «falsas» de sus colecciones. Diferentes instituciones han mostrado estos fondos y han elaborado discursos basados en los errores del pasado. Una de las primeras fue la National Gallery de Londres, con la exposición *Close Examination: Fakes, Mistakes and Discoveries* (2010), que mostró 40 pinturas falsas o dudosas: dos Botticellis falsos —*Venus y Marte* y *Una alegoría*—, una copia de taller de *La Virgen y el niño* de Durero y el *Guerrero muerto* (Wieseman, 2010), atribuido inicialmente a Velázquez, después a Zurbarán y posteriormente a Eugenio Lucas Villaamil, aunque su autoría también se asignó a Eugenio Lucas (padre). Los falsos y las copias ya conviven cómodamente junto a los facsímiles que ahora se producen para reemplazar en las salas a los originales, custodiados en depósitos por motivos de riesgo o de deterioro. En todo caso, las instituciones han sabido instrumentalizar y explotar las falsificaciones para servir al interés del valor de la veracidad y lo auténtico.



Koos Raucamp, Han van Meegeeren trabajando, 1945 (Dutch National Archives)

El estatus de las obras está estrechamente relacionado con el de sus creadores, de modo que, en el caso de las falsificaciones, la personalidad, los motivos, el uso y el contexto juegan un papel decisivo. Tratar las cosas como cuasipersonas ha sido uno de los criterios de la autenticación y las obras de arte son ejemplos por excelencia de la exigencia de autenticidad diferida a sus autores. Por tal motivo, la deconstrucción progresiva de la autoría —la función del autor (Foucault, 1990) o la muerte del autor (Barthes, 1987, pp. 65-71)— y los juegos de inautenticidad que constituyen una especie de autocritica o autonegación constante en el arte contemporáneo descubren redefiniciones de lo auténtico en relación con la presencia y la veracidad del autor: es necesario que la cadena que une al autor con la obra no se rompa. Los «nietos de Duchamp» —citacionistas, apropiacionistas, simulacionistas— han planteado todo tipo de transgresiones a los criterios de autenticidad por medio de la imitación, el plagio y las diversas fronteras con lo falso que difuminan el origen y la autoría: una inversión positiva de la no autenticidad, que vuelve a plantear en ambos sentidos —artistas y expertos— otras capacidades para designar el valor de lo artístico y la exigencia de veracidad, que cada vez se aplica más a las personas que a los objetos.

La figura del falsificador ha venido a simultanear la dicotomía —positiva y negativa— de la personalidad del autor, mudando de oportunistas, ofensivos, criminales, resabiados o difamadores a protagonistas de primer orden en los escándalos del mundo del arte o a creativos desestabilizadores del sistema. Los personajes en torno a los cuales Orson Welles monta el conocido film *F for Fake* (1973) son un ejemplo. Es un relato de engaños, un caótico *collage*, mezcla de *found footage*, fragmentos de prensa y televisión y escenas rodadas, cuyo eje narrativo son las historias cruzadas de dos famosos falsificadores del siglo XX: Elmyr de Hory (un pintor de poca monta que salta a la fama por sus falsos Modiglianis, Matisse y Picassos, perseguido por la justicia y aclamado por sus fans, enredador, glamuroso y díscolo) y Clifford Irving (biógrafo de Elmyr y denunciado en la revista *Life* por falsificar la biografía del multimillonario Howard Hughes). Los personajes de Welles hablan abiertamente de sus respectivos escándalos: la pura realidad es una paradoja, un montaje, como el carácter intrínseco al hecho fílmico —incluidos los documentales—, en el cual el *continuum* otorga realismo a lo montado. El cineasta es, como el artista, un prestidigitador. El idilio de Picasso con Oja Kodar y las originales pinturas del genio suplantadas por imitaciones lo confirman: es puro ilusionismo, una falsificación de la pretendida realidad. Con las afirmaciones de Irving y de Hory, la polémica está servida y presenta una crítica al mercado del arte que determina lo que

es valioso (auténtico) y lo que no lo es. Durante la hora de «rigurosa realidad», se introduce a sí mismo como un falsificador; finalizado ese tiempo, pone en tela de juicio la importancia de la autoría del artista y el proceso creativo: juegos sobre originales y copias, representación y escurridiza realidad.



Orson Welles, *F for Fake*, 1973



La lista de falsificadores contemporáneos es extensa. La fama de Elmyr de Hory, de origen húngaro, se extendió tras el film de Welles. El periodista y novelista estadounidense Clifford Irving fue un escritor prolífico, pero logró su mayor éxito al trascender el fraude de la autobiografía ficticia de Hughes y, tras cumplir condena, publicó *La gran estafa*, posteriormente llevada al cine como *The Hoax* (Lasse Hallström, 2006). El británico Eric Hebborn falsificó a Raphael, Van Dyck, Tiepolo, Rubens, Breughel, Michelangelo y Piranesi (Charney, 2015, pp. 100-108) y, tras ser descubierto, escribió una polémica autobiografía. Al parecer, murió asesinado en Roma (1996), protagonizó un documental para la cadena BBC Omnibus y actualmente su obra se cotiza a precios elevados. Tom Keating se hizo famoso por sus imitaciones de Van Gogh, Rembrandt y Constable, que abundaron de forma ilícita en los mercados londinenses (Charney, 2015, pp. 115-120); fue arrestado por fraude y acabó siendo

una celebridad televisiva del arte de la falsificación. El pintor alemán Wolfgang Beltracci fue condenado en el 2011 por la venta de 14 pinturas falsas y, tras admitir otras cientos, los periodistas Stefan Koldehoff y Tobias Timm fueron premiados en el 2012 con el Annette Giacometti Prize por la publicación de su caso. La cadena CBS News le dedicó el reportaje *The Con Artist* en el programa presentado por Bob Simon *60 Minutes* y el cineasta Arne Birkenstock ganó en el 2014 el premio Deutscher Filmpreis al mejor documental con *Beltracchi - The Art of Forgery* (2014). Actualmente recibe innumerables encargos. La singularidad ha popularizado estas historias y exaltado a sus protagonistas: de la originalidad del relato a la explotación de la noticia y el fenómeno mediático. En cierto modo, las obras falsificadas pasan a un segundo plano y la controvertida copia de los grandes maestros se convierte en una cuestión secundaria.

El esquema desarrollado por el británico John Drewe, con ayuda del artista John Myatt (Charney, 2015, pp. 174-180), fue descrito como el mayor fraude artístico del siglo XX y es otro ejemplo de la reversibilidad que socialmente puede adquirir un caso de mixtificación. John Myatt era un hábil imitador de estilos pictóricos y lo practicaba como diversión, porque pintaba obras para sus amigos. Fue profesor durante un tiempo, hasta que, tras su separación, abandonó la enseñanza para dedicarse a sus hijos y trató de ganarse la vida pintando al estilo de artistas conocidos. Empezó anunciándose en la revista *Private Eye*: «Falsificaciones genuinas. Pinturas de los siglos XIX y XX a partir de 150 libras», una publicidad honesta acerca de la naturaleza de sus pinturas, hasta que un cliente habitual, John Drewe, consiguió revender algunas como piezas genuinas. Al revelar a Myatt que Christie's había pagado 25.000 libras por una pintura suya como original de Albert Gleizes, se convirtió en cómplice del fraude. Myatt empezó a pintar falsificaciones con regularidad y se las enviaba a Drewe a Londres; así plagió a un importante elenco de artistas: Roger Bissiere, Marc Chagall, Le Corbusier, Jean Dubuffet, Alberto Giacometti, Matisse, Ben Nicholson, Nicolas de Staël y Graham Sutherland, entre otros. El caso se destapó en 1995, cuando Scotland Yard detuvo a Myatt, que se confesó culpable. Las pesquisas valoraron el fraude en 275.000 libras y cuantificaron 200 falsos que Drewe consiguió filtrar; se recuperaron setenta, distribuidos por sucursales de Christie's, Phillips y Sotheby's en Londres, París y Nueva York.

En la galería de Drewe en Reigate (Londres), la policía localizó pruebas del *modus operandi* utilizado para amañar el origen de las pinturas: certificados falsos de varias instituciones forjaban una autenticidad plausible. Al ser des-

cubierto, Myatt pidió clemencia y se justificó por las falsificaciones. Entre otros atenuantes, se escudó en haber emulsionado la pintura con un conocido lubricante sexual, KY Jelly, una mezcla que apenas emulaba los pigmentos originales. Drewe, por su parte, reconoció que la semejanza estilística no habría bastado para cometer los fraudes, sino que fue necesaria una astuta habilidad para no copiar obras existentes y para idear una historia convincente para legitimarlas como originales perdidos en el pasado. Se proveyó de biografías creíbles y de un entramado de datos y de inventarios de museos y galerías ya clausurados y de coleccionistas fallecidos —eso imposibilitaba su verificación— que respaldaban un trabajo artístico fraudulento. En el juicio contra Myatt y Drewe (1998-1999) se dictaminó respectivamente un año de prisión —saldado tras cuatro meses— por conspiración y fraude y una condena de seis años, que al final fueron dos.

Una vez en libertad, John Myatt continuó pintando por encargo y sus obras se revalorizaron, gracias a la marca indeleble de la falsificación, hasta alcanzar las 45.000 libras, lo que constituye una muestra manifiesta de la arbitrariedad en los sentidos que expresa un mismo objeto, definido como artístico. Su vida dio un vuelco y su producción encontró un nuevo público. En el 2007, Dick Clement e Ian La Frenais, conocidos guionistas televisivos, le informaron de que preparaban una película sobre su caso, titulada *Genuine Fakes*, un proyecto para la industria de Hollywood que aún no ha visto la luz. Actualmente colabora con las fuerzas del orden en casos de estafa y su perfil progresa como artista falsificador en el programa televisivo de Frank Skinner en Sky Arts (2011), titulado *Fame in the Frame*, en el cual protagoniza una sesión con celebridades en cada episodio, a las que retrata al estilo de un artista

famoso: el actor Paul O'Grady representado al estilo de *American Gothic* de Grant Wood, el director brasileño Terry Gillian como el *Buddha* de Odilon Redon o la actriz Catherine Tate pintada como *Sarah Siddons, musa de la tragedia* de Joshua Reynolds. Posteriormente, Myatt lideró su propia serie, *Virgin Virtuosos*, en la que recreaba una pintura famosa, acompañado por algún vip. En su web (Myatt, 2017) se presenta como el brillante artista que estuvo involucrado en la mayor estafa artística del Reino Unido y uno de los más cotizados actualmente en el país, con el epígrafe: «Hoy Myatt pinta del lado correcto de la ley y sus *fakes* legítimos se comercian por miles de libras y son coleccionados por fans de todo el mundo».



Andi Southam, Myatt pintando a Paul O'Grady en *American Gothic* para *Frame In The Frame*, 2011. Con copyright: © BSKyB / Andi Southam

Ante el creciente interés y consumo de las historias de falsificadores, cabría plantearse su valor cultural o artístico. Estos personajes que pasan a la historia como embaucadores de su tiempo también revelan las convenciones sociales relacionadas con los procesos creativos, como la habilidad técnica, la mimesis o la copia perfecta. Comparten ingredientes comunes, de los cuales el más directo es plantear la indiferencia estética entre los originales y las falsificaciones. Al superar el examen del «ojo exper-

to» de marchantes, galeristas o conservadores, han desplazado la observación superficial —a simple vista— a la obsolescencia y han planteado la necesidad de otras metodologías: los museos se han abastecido de la más alta tecnología para determinar la autenticidad a través de la materialidad de las obras. Otro aspecto es la intencionalidad, los motivos y el contexto del autor, que de nuevo ponen en relación al objeto con la persona, de modo que lo que se valora, en lugar de la originalidad o la novedad, es la proeza y la imaginación, no solo para reproducir imitaciones perfectas, sino para articular el engaño y lograr la creencia del espectador.

La prensa española publicaba en el 2001 el caso de Mark Landis, «el pintor que falsificaba gratis» (Celis, 2011) y que inundó de copias los fondos de más de cuarenta museos estadounidenses, mediante un filántropo generoso, ataviado con sotana de jesuita, que se hacía llamar «padre Arthur Scott». Según sus biógrafos, ha sido uno de los falsificadores más prolíficos de Estados Unidos, ya que engañó durante 30 años a expertos de todo el país con una variedad de imitaciones que abarcaban desde el siglo XV hasta Picasso. Su maniobra sorprendió a museógrafos y periodistas, que no lograban comprender su conducta, ya que pudo lucrarse con sus falsificaciones y sin embargo no lo hizo. Mathew Leiniger, Jefe de Registro del Museo de Arte de Oklahoma, obsesionado después de ser engañado por Landis con supuestas obras de Valtat, Signac, Laurencin, Lépine y Dautier, investigó las piezas y descubrió que había «operado» en incontables museos de veinte estados diferentes. Lo que inicialmente parecía un juego se torna intrincado y sorprendente: un desafío a lo establecido, un relato de la realidad que supera la ficción.

Shane Lavalette, *Mark Landis vestido de jesuita*, 2013



«No hay nada original bajo el sol. Todo tiene raíces en el pasado.»
(*Art and Craft*, 2014)

Para Mark Landis, la finalidad era el museo y su manera de llegar fue la falsificación y la donación de obras a instituciones, lo que le permitió infiltrarse en colecciones de todo el país. Técnicamente, no quebrantó ninguna ley y, aunque lo hubiera hecho, Sam Cullman, director y promotor documental, y Jennifer Grausman, exjefa del área de cine del MoMa, al parecer sienten más admiración que reproche por el excéntrico artista. En lugar de afrontar el resarcimiento, Landis representa, en *Art and Craft* (2014), un retrato irónico desde dentro del sistema artístico que perturba los mecanismos museísticos y describe la psicología de un sujeto singular y fluctuante, que oscila del trastorno a la lucidez extrema. El documental suscita interesantes cuestiones que trascienden la simple pregunta planteada al falsificador al final del film: si su ingenio y su habilidad son tan altos, por qué, en lugar de copiar, no produce obras originales. En los últimos minutos, parece sugerir la vía que canaliza su talento: el estímulo de «devolver» obras de arte desaparecidas o robadas a sus propietarios, «algo» que él puede hacer.

«Le pones uno de esos marcos de Walmart y parece valer una fortuna y este, de hecho, vale como un millón de dólares. [...] Me gusta copiar cosas, porque... es tranquilizador y lo recuerdo de cuando era un chaval. [...] El truco de la memoria es una especie de truco de magia, de ilusionismo o de prestidigitación. Es el mismo tipo de cosa, así que disfrutas con ello.»
(*Art and Craft*, 2014)

Su pericia le permite elaborar falsificaciones fácilmente, abasteciéndose en cualquier tienda de manualidades de bajo coste, para satisfacer un hábito compulsivo que le exige una enorme paciencia a cada paso. Ciertas pinturas múltiples, como los Helmers, le producen deleite. Para presentarse a las instituciones asume el disfraz –vestido y cuello clerical– y narra el relato de un legado familiar, algo excéntrico, con voz suave y una caída de hombros atípica; paralelamente, asiste a una clínica de salud mental, repite alusiones freudianas sobre su madre muerta y se manifiesta como una especie de sabio patético. Landis parece haber nacido «mal equipado» para el mundo social: es la antítesis de su padre —un militar honrado— estuvo internado de adolescente y creció sin éxito, arrojado por una madre que apreciaba las cosas bonitas y cuya pérdida no superó. Sus acciones ilícitas son un tributo extravagante a la memoria de sus progenitores. Pintar imitaciones de iconos religiosos o pequeñas obras impresionistas parece mantenerlo en una ilusoria conexión con el mundo y, a la par, inmerso en sus reflexiones en torno al arte, la artesanía, la honestidad y los museos.



Art and Craft. Mark Landis en casa, copiando un Picasso sobre una fotocopia (Sam Cullman/Oscilloscope Laboratories)

«Su Majestad, le presento al famoso Simon Templar.” Mi código de conducta es el de El Santo [un verdadero héroe]. ¿No recuerda El Santo? Era una serie fantástica. [...] Mi musical favorito es *Cómo triunfar sin dar golpe*. ¿Recuerda cuando Finch dice: “Cáspita. Comportarse éticamente siempre compensa”? Pero lo decía en broma, porque comportarse éticamente no siempre compensa. [...] Después de todo, san Pedro mintió, ¿sabe? ¿Dónde estaría la Iglesia si san Pedro no hubiese mentido? [...] Solo Dios sabe cómo lo pintó él. Tampoco ellos lo sabrán, así que... La única razón por la que conozco a Picasso y su periodo azul fue porque vi *Ladrona por amor*. [...] Los chicos con los que iba a clase, cuando soñaban despiertos, pensaban: “Sería genial ser como los artistas que salen en las películas”, pero yo siempre preferí a los coleccionistas estirados y ricos. [...] Los mecenas, esa era la gente con la que yo soñaba.» (*Art and Craft*, 2014)

El cruce de Landis con Mathew Leiniger trunca la misión personal del falsificador filántropo y la dinámica Landis - Leiniger aparenta el tropiezo de dos caracteres obsesivos y el juego del gato y el ratón. Leiniger encabeza una cruzada, aunque al FBI no le importe este *affaire* no penalizado oficialmente. Escribe a todos los museos y así disemina el caso de fraude e impulsa espectacularmente la historia, que de otro modo habría desaparecido junto con el hermético impostor. Desde Londres, la *Financial Times Magazine* pide a un redactor de Nueva York —John Gapper (2011)— que lo investigue. Los medios empiezan a seguirle la pista y, cuando se descubre la historia, Landis la asume como quien confirma una certeza ineludible. El relato de las fotocopias, el pegamento y el café transformados en réplicas sorprendentes impresiona al historiador del arte Aaron Cowan, director de la galería de la Universidad de Cincinnati. Tanto la técnica como la historia que esconde le parecen una *performance* y decide hacer una retrospectiva del arte original - genuino de Mark Landis. Durante la preparación de la exposición, en la que colaboran Cowan y Leiniger, las pequeñas revelaciones y las entrevistas describen la ética más profunda —la filosofía, incluso— de la coherencia existencial que envuelve la vida de Mark Landis.

«Como esas series de ciencia ficción... La gente estaría mejor si pudieran ser auténticos vulcanianos. Para no tener emociones. [...] No soy un artista de verdad. [...] Me gusta hacer arte y artesanía. Mientras miraba la tele, me acostumbré a ello. [...] No me hago ningún tipo de ilusión al respecto, pero me gustaría serlo. Podría decir que te proporciona una meta en la vida, pero eso suena pretencioso. A todos nos gusta sentirnos útiles. Nos gusta usar nuestras aptitudes, sean cuales fueren. Así que todos somos diferentes y todos somos iguales. Hay tres millones de historias en la ciudad desnuda... y esta ha sido una de ellas. Y así... Es la mejor manera de describirlo.»
(*Art and Craft*, 2014)

La exposición titulada *Faux Real* (2012) en la Galería Dorothy W. y C. Lawson Reed Jr. de la Universidad de Cincinnati mostraba 60 piezas de Landis, su traje de «jesuita» y sus libros de arte, así como un vídeo sobre sus obras más relevantes. Más que censurar el recorrido de un falsificador, proponía abordar la dicotomía del arte de la falsificación. Mark Landis asistió a la inauguración como invitado de honor, ante un público que alaba su genialidad y lo interpela para que haga obras «originales». Al verlo moverse en el escenario ritualizado y artificial de la exposición, parece desorientado y turbado, sobreactuando un papel que no le corresponde y desprovisto de la calma del padre Scott.

El culto a la copia y la revolución *shanzhai*

La explotación y la puesta en escena de lo falso reconfiguran los estándares de valoración temporales, que a día de hoy se normalizan e incluso sirven para homologar la autenticidad y el valor de lo verdadero. La Dulwich Picture Gallery, una pinacoteca fundada en 1811 al sur de Londres, posee una larga historia y un fondo rico en arte clásico. En el 2015 se inauguró la exposición *Made in China*, que planteaba la imitación de obras artísticas en varios frentes. Uno de ellos era mostrar 270 pinturas originales de la colección permanente y reemplazar una de ellas por una réplica. Entre Tiziano, Rubens, Canaletto, Velázquez, Goya, Van Dyck y Turner se colocó una pieza reproducida en China por algo más de 100 euros, con el marco de la original y en su lugar en la sala. El artista Doug Fishbone y el comisario del museo, Xavier Bray, contextualizaron la exposición en la tradición de los grandes maestros que encargaban copias de sus originales. El reto «¡Descubra al falso!» desafiaba a los visitantes a registrar su apuesta, premiada en la clausura

de la muestra con una reproducción firmada por el artista. Durante el *finishage* se colgaron juntos la copia y el original para que los visitantes pudieran compararlas. En la misma línea se resaltó una versión de *Venus y Adonis* de Tiziano que mostraba claramente los toques finales del maestro sobre la composición elaborada por sus asistentes, ilustrando las metodologías museísticas para jerarquizar la autenticidad, la autoría y la originalidad de sus obras, que reformulan su valor cultural y las integra en el contexto de la tradición.

Fishbone pretendía resaltar el auge del mercado de exportación de reproducciones chinas y provocar la interacción del público, que jugaba a asumir el papel del ojo experto y se agradecía la habilidad para desenmascarar lo falso. La puesta en escena destacaba la artísticidad del entorno del museo, reforzaba el camuflaje de la réplica y le otorgaba el mismo estatus de valor y de autoría que a los originales. Para Fishbone, su proyecto es una exploración de la preeminencia del original sobre la copia y de la creciente ecuación del arte como mercancía en la era de la producción en masa y la disponibilidad global. La copia elegida, *Mujer joven* de Fragonard, fue elaborada a partir de una imagen de alta resolución enviada a la Meisheng Oil Painting Co., Ltd., un proveedor profesional con 150 artistas especializados y sede en Xiamen (Fujian). Esta ciudad, ubicada en la costa oeste del mar de la China Oriental, es el segundo foco productor de réplicas para los mercados internacionales. Durante la muestra, la BBC (British Broadcasting Corporation) acudió con John Myatt, el afamado copista y exfalsificador, a enfrentarse a la prueba, pero no consiguió dar con la réplica. La presencia mediática de Myatt, actualmente un perito experimentado en imitaciones pictóricas, reforzaba la espectacularidad de la propuesta: lo falso frente al original.



Doug Fishbone, *Made in China*, 2015

La propuesta de Doug Fishbone —la copia china en el museo—, en colaboración con la institución, enfatiza sus funciones primarias: definir, validar y hacer didáctica. La copia no es visible en el objeto en sí mismo, al menos de modo obvio y sin el uso de la tecnología museal. Sin embargo, la aproximación a lo falso que tiene lugar en *Made in China* resulta poco controvertida, pierde la ocasión de subvertir la «autoridad de lo verdadero» (Brea, 2008) y propone cuestionar el carácter «falso» de lo falso. Finalmente, es una manera de reforzar su condición de falsedad: imitación, réplica, mixtificación. La exposición cometería el mismo error deshonesto que abrumaba a José Luis Brea al describir la muestra de plagiarismos presentada en La Casa Encendida de Madrid, que reunió una colección de obras de «copistas», exhibidas como genuinas «obras de arte»: catalogadas, enmarcadas y colgadas según las ceremonias tipificadas al uso, con todos y cada uno de sus «estupidizantes ingredientes». Reforzaba la apreciación de lo técnico como garante de la verdad última del arte: «¡Qué bien pintados! [...] Incluso mejor que los originales...» era el comentario dominante dirigido a un auténtico Elmyr de Hory. La estrategia que sigue la institución —apunta Brea— es una astuta absorción invertida de una figura que poseería la potencia de subvertirla, de cuestionar su lógica, la figura misma del autor y de la obra producida. La academización creciente de la muerte del autor ha producido múltiples y empobrecidas figuras de la no-autoría. Para Brea, la instrumentalización de lo falso puesta al servicio del reforzamiento de la veracidad supone la pérdida de la más «alta potencia de lo falso».

¿Y qué hay de la copia *Hand Made in China*? Aquí la réplica promueve el mito de la fábrica y la moda de la copia subalterna y la exposición refuerza el carácter imitativo y simulacionista de la pintura *ready-made* china. Su correspondencia con el fetichismo de la mercancía es evidente en el título elegido por Doug Fishbone: la copia no oculta lo que es, sino que se le atribuyen unos valores simbólicos, a la vez que es algo útil, un bien consumible. Podemos enlazar un aspecto interesante: la apropiación china del valor fetichista de la mercancía. ¿Qué valor tiene la autoría, la originalidad o la marca? No importa si son réplicas al óleo de obras maestras, vehículos, alta costura o tecnología: la posición actual de la gran fábrica de producción global se apodera de los valores ocultos de los objetos e ironiza sobre la función del autor. La sociedad china, que todo lo fabrica, puede duplicar y consumir, simplificando el significado cultural de la copia y desligándose de la tiranía del mercado: es una subversión de lo falso, transformado en *shanzhai*.

El término *shanzhai* se popularizó a partir del 2005, asociado a la fabricación de teléfonos móviles chinos, cuya apariencia imitaba a las grandes marcas comerciales, y Shenzhen era uno de los centros principales de producción. Este fenómeno, caracterizado por la hibridez, es consecuencia de factores globales —el incremento de las industrias multinacionales con fabricación en China—, en confluencia con la tradición de la copia de productos, adaptados a las necesidades de los consumidores locales, sus deseos y sus demandas. Las imitaciones y las falsificaciones chinas que empezaron a prosperar en el ámbito de la moda y la electrónica —esto acabó expandiéndose a todos los sectores por los mercados de la piratería— se transforman en esta nueva noción: son bienes que se ofrecen por una fracción del precio de los originales, pero que no son directamente copias, sino apropiaciones.

La cultura *shanzhai* en China se ha extendido y ha penetrado en lo cotidiano; se entiende como una alternativa que se sitúa en la linde de la innovación, a la vez que produce una ruptura en la base del modelo empresarial. Conciérne a la legislación del *copyright* y a las restricciones legales a la creatividad, ya que los productos se fabrican al margen de su implementación. La desobediencia a los derechos de propiedad intelectual ha permitido que cada vez más consumidores chinos accedan y disfruten de productos sin incurrir en el gasto que suponen las grandes marcas, pero fabricados con idéntica materia prima. El camuflaje del nombre de las firmas llega a extremos hilarantes: *smartphones* HiPhone, Blockberry, Suny Ericsson, Nckia, Panascanic o, en el ámbito de la moda, Cnanel, Anmani, Cairtier o Kine son ironías de logos que cautivan a un vasto sector de consumidores extranjeros. Los simulacros han pasado de los objetos y las falsas antigüedades a las arquitecturas clonadas de modelos hegemónicos (Peran, 2015), los centros comerciales y las aldeas. El halago a la copia, la crisis y el mercado *low cost* han propiciado un crecimiento que invierte el poder social de la logomanía por la demanda de réplicas. Para muestra, la exposición *Faking it: Original, copies and counterfeit* (2014), en el Fashion Institute of Technology de Nueva York, es un repaso de la moda del *fake* del último siglo, con copias de Chanel, Louis Vuitton, Versace y Prada.

Shanzhai significa, literalmente, «fortaleza de la montaña». Históricamente referido a los bandidos que huían de las autoridades, este término y su práctica se han extendido hoy en día más allá de la falsificación de objetos lujosos, para transformarse en una estrategia comercial de las compañías extranjeras en el mercado chino. Corresponde a la siguiente cita de Benjamin: «Cada día cobra una vigencia más irrecusable la

necesidad de adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías (...) en la copia, en la reproducción» (Benjamin, 1989, p. 25). Los originales sirven para promocionar y vender sus reproducciones, hasta el punto de que uno puede preguntarse si alguna vez volveremos a necesitar el original (Tam, 2014). Las mercancías *shanzhai* son artefactos poderosos dentro del fenómeno de las imitaciones y las simulaciones y su desarrollo no es reciente, sino fluctuante en el tiempo. Su genealogía proviene del comercio de Cantón y las exportaciones de los siglos XVII y XVIII, la fascinación por el orientalismo y la *chinoiserie*, la adaptación al comercio colonial y las demandas de copias y falsificaciones destinadas al coleccionismo de Occidente. Son modos de producir arraigados al pragmatismo chino en su capacidad de adaptarse y beneficiarse de las situaciones (Han, 2016), reapropiados y activados de nuevo hacia los gustos locales y los extensos consumos globales. Están unidos por el aparato productivo asiático y derivan en cierto efecto subversivo: mientras en las pasarelas las élites admiran a Dolce & Gabbana, por las calles las masas visten Dolce & Banana.

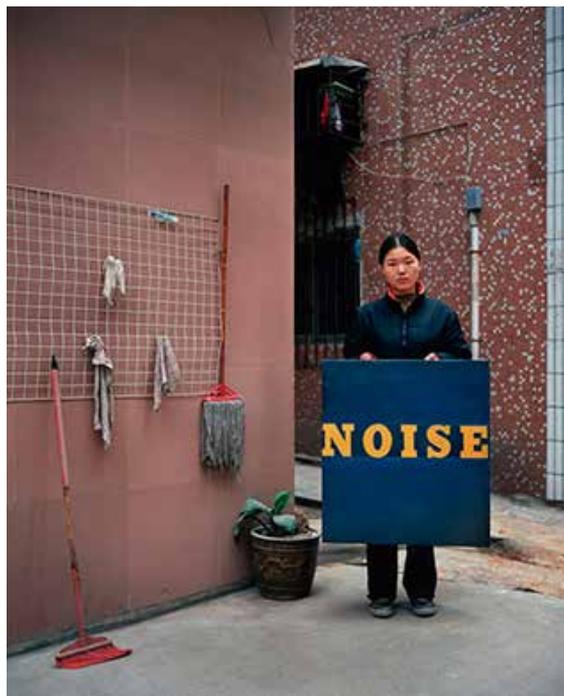
La Dafen Oil Painting Village es un suburbio de Shenzhen donde se sitúa el mayor *cluster* comercial dedicado a la producción masiva de réplicas de pinturas icónicas. Popularizada por los medios como «la ciudad de los copistas», es un lugar donde «la idea de pintura como producción se fuerza hasta su límite conceptual» (Tinari, 2007). Es una factoría colosal de producción *shanzhai*, donde las copias, las imitaciones, las adaptaciones y las falsificaciones recuperan la tradición china de la copia y la valorada habilidad del virtuosismo y la perfecta similitud, consideradas honorables en las enseñanzas artísticas chinas, a la vez que alimentan la pasión benjaminiana de la cercanía del objeto *kitsch* para turistas y consumistas adeptos a las recreaciones de la *Mona Lisa* o de *Los Girasoles*. Como sucedía en el pasado en los comercios de Cantón, actualmente una cantidad innumerable de artistas contemporáneos han encontrado en China el mejor lugar para producir sus obras de modo económico. Tanto chinos como occidentales producen en Dafen y otros centros de manufactura similares, donde encargan las pinturas *ready made*, ya que la mano del artista dejó de ser una exigencia de la práctica y la producción.

Diversos proyectos artísticos exploran el paradigma de Dafen. En el 2005, el artista conceptual Liu Ding realiza la performance *Samples from the Transition - Products* con trece pintores de Dafen a los que puso a trabajar frenéticamente sobre una plataforma piramidal escalonada de un antiguo espacio fabril. Durante la inauguración de la Trienal de

Guangzhou (Wong, 2008, p. 192), los pintores ejecutaban cuarenta y tres copias de una sola imagen. A través del marco del arte contemporáneo, el artista se apropia del método de producción en cadena propio de la pintura comercial en Dafen, que sugiere el sistema jerárquico de los pintores – trabajadores, e insinúa tangencialmente una correlatividad con el sistema por el que se rigen los circuitos artísticos. La acción suscitó críticas, porque se interpretó como una exhibición estereotipada del copista subalterno. Liu Ding argumentó que los pintores habían sido pagados en base a su «salario inicial estándar». La instalación performativa de Ding puede compararse a otras *performances* en las que la contratación explícita de trabajadores es inherente al concepto de la obra, como las piezas de Santiago Sierra englobadas en la serie de las remuneraciones, en las que traza una línea de 250 cm tatuada sobre 6 personas remuneradas (1999). La obra de Ding no es la única práctica contemporánea que involucra a los pintores de Dafen, ya que desde el 2006 ha habido otros proyectos apropiacionistas en la aldea.

Cabe nombrar la serie *Real Fake Art*, realizada en el 2006 por el fotoperiodista Michael Wolf. Es un conjunto de retratos en los cuales los pintores posan sosteniendo copias en las que están especializados, réplicas de artistas contemporáneos como Francis Bacon, On Kawara o Ed Ruscha, en lugar de los populares Van Goghs. Una publicación recoge las fotografías y muestra junto a cada una el nombre del artista copiado y el precio de la réplica, negando intencionadamente la autoría, a la vez que reafirma la maniobra de apropiación (Tam, 2014). Al año siguiente, Leung Mee-ping, un artista hongkonés graduado en París, produjo una serie de pinturas junto a sus antiguos compañeros de su época de pintor aprendiz en Dafen. La serie de lienzos, titulada *Made in Hong Kong* (2007), se basaba en fotografías de lugares turísticos de Hong Kong e incluía imágenes de Mickey Mouse, Bruce Lee y Jackie Chang, escenas de Victoria Harbour y fotogramas cinematográficos. El proyecto planteaba una reflexión sobre la industria creativa y una reinterpretación de la pintura comercial. Los cuadros únicamente podían comprarse en conjuntos de un mínimo de dos copias (Wong, 2008), dando a entender que el ejemplar único es una obra artística original mientras que el par opera como réplica. Por otro lado, la serialidad refuerza la familiaridad de las escenas tópicas y la naturaleza duplicada de la pintura, su condición como múltiple único.

Un lugar enteramente dedicado al arte necesita, sin duda, un museo. Esta parece ser la máxima que guió la construcción del Museo de Dafen, sumada al *boom* de museos que ha experimentado China en las



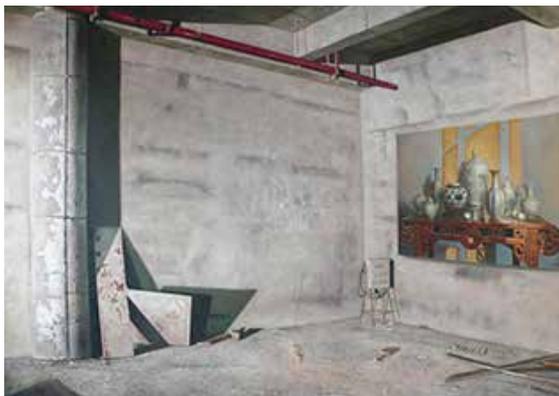
Michael Wolf, *Real Fake Art*, 2006. Copias de Ed Ruscha y Fontana

últimas décadas, aunque ninguna de las obras que se producen en sus talleres cuelga en el interior. Esta idea inspiró el proyecto *China Painters* (2007-2008) a Christian Jankowski, quien se desplazó a la ciudad de los copistas en la época en la que se construía el museo. Entre la dicotomía de la réplica —la pintura por encargo y la apropiación—, Jankowski entregó a los pintores fotografías de los espacios semiconstruidos y aún desnudos del museo, a modo de *gao* o imagen modelo. En lugar de las copias habituales, les pidió que reprodujeran las tomas y pintaran dentro los cuadros que en su opinión debían ser colgados allí. La obra resultante era un museo imaginario —otro heredero de Malraux— en el que colgaban retratos de familia, obras de la propaganda realista-socialista e iconografía canónica de la pintura europea histórica, resultante de una formación predominantemente clásica, junto a proposiciones híbridas. Una escenografía imaginada, entre hormigón visto y andamios de bambú, que vendría a plantear la cuestión de que lo que correspondería a este museo solo puede plasmarse mediante un lugar simbólico en permanente construcción. Las pinturas resultantes, firmadas por detrás y acompañadas de un certificado de autenticidad de Christian Jankowski, se enlazan a la cuestión de la autoría y el valor, en relación al artista

y la mercancía. Añadiendo un eslabón más, uno de los pintores participantes, Yin Xunzhi, sorprendió al equipo de Jankowski por la increíble gama de reproducciones de obras presentes en su estudio de veterano de la pintura comercial, que abarcaban la historia visual de Occidente e incluían pinturas contemporáneas de Chuck Close, Jasper Johns y Gerhard Richter, entre otros. Cuando se le preguntó por estas réplicas, reconoció que muchas de ellas eran encargos para la serie de Michel Wolf (Wong, 2010, pp. 339-340). Por tanto, lo que se presentaba como un fotorreportaje, se sumaría a los modos en los que la fotografía documental, lo *fake*, la simulación, la apropiación y la autoría actúan como mecanismos plagados de transferencias.



Christian Jankowski, *China Painters. Photo of Family*, 2008 (Lisson Gallery)



Christian Jankowski, *China Painters. Still Life: Ceramics*, 2008 (Lisson Gallery)



Christian Jankowski, *China Painters. Streets of Venice*, 2008 (Lisson Gallery)

Conclusión

Piratería, *fake*, parodia, simulacro, trasgresión o apropiación son nociones que engloba la cultura *shanzhai*. Si los desarrollos artísticos de la modernidad se reconocieron en la originalidad y la novedad de las obras, los progresos comerciales lo hicieron en la creatividad y la innovación de las mercancías. Sin embargo, la reproductibilidad propició el consumo del original a través de la copia, de modo que la historia de los objetos incorpora el microrrelato de sus orígenes singulares y sus repeticiones múltiples. La interdependencia entre la alta y la baja cultura, lo singular y los modos de producción mecanizada, convierten los objetos *shanzhai* y las reproducciones de pinturas en marcadores de distancia entre la imitación y la asimilación de las clases y los grupos sociales a través de las mercancías dispersas en los mercados de consumo globales.

En lugar de cuestionarnos la autenticidad y la originalidad, estas lógicas nos llevan a fijarnos en las condiciones y las operaciones que transforman el valor de lo único en lo reproducible, que convierten lo genuino en un producto básico infinitamente duplicado. Actualmente, el arte en sus diversas formas de producción ha pasado a privilegiar lo múltiple sobre lo único a través de la referencialidad, la cita, la serialidad o la edición, desplazándose conceptualmente entre la autoría y los márgenes del anonimato.

El concepto *shanzhai* ha pasado a ser usado como una práctica de apropiación en el contexto artístico contemporáneo, definido a través de diversos autores y teóricos como una respuesta subversiva a la autoría o la falsificación, como una alusión al *ready made* o al *Hand Made in China* o como un uso crítico de la cultura y los imaginarios visuales globales. Parecen unirse el aforismo de Bárbara Kruger «consumo, luego existo» y la conclusión de Hillel Schwartz (1996) sobre la actual cultura de la copia, en la cual la réplica ha ganado terreno al original, relegado a despertar el deseo de las masas. «Todo se ha convertido en realidad en una copia» (Olivares, 2015). Cada vez nos cuesta más distinguir el original de sus versiones o *remakes* en lo que vemos, compramos o comemos y ya no nos damos cuenta o, como cita Rosa Olivares, el más listo fue Picasso, que no tuvo reparo en copiar y fue tantas veces copiado que, ante una falsa pintura suya, dijo: «Es tan buena que la voy a firmar», con lo cual convirtió la falsificación en auténtica. Lo interesante de esta anécdota, en realidad, es que a la cultura *shanzhai* no le hace falta la firma, si no es para burlarse de ella.

Este artículo deriva de la tesis doctoral F(r)icciones con lo real: las cajas chinas (Carreño, 2016), que desarrolla una investigación en torno a lo fake, el uso de archivos y el museo, tres elementos clave enlazados en el proyecto Las cajas chinas (Montse Carreño y Raquel Muñoz, 2011), una obra expandida entre China y España en torno a la copia, lo falso y la legitimación del museo que encadena la desaparición del patrimonio artístico durante la Guerra Civil, nos traslada a la Dafen Oil Painting Village (Shenzhen), el mayor núcleo comercial dedicado a la producción y distribución global de réplicas de obras famosas, y concluye con la infiltración de diversas pinturas supuestamente originales en el museo al que pertenecían las obras. Las cajas chinas: <http://lascajaschinas.net/>

Referencias bibliográficas

- Art and Craft*, 2014. [película] Dirigida por Sam Cullman, Jennifer Grausman y Mark Becker. Estados Unidos: Purple Parrot Films.
- Barthes, R., 1987. *El susurro del lenguaje: más allá de la palabra y de la escritura*. Barcelona: Paidós.
- Beltracchi - *The Art of Forgery*, 2014. [película] Dirigida por Arne Birkenstock. Alemania: Global Screen.
- Benjamin, W., 1989. *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- Brea, J. L., 2008. La más alta potencia de lo falso: del apropiacionismo a los estudios visuales (de lo falso en el arte a lo falso del arte). En: Rubira, S., ed., 2009. *La copia, lo falso (y el original)*. XV Jornadas de Estudio de la Imagen de la Comunidad de Madrid. Madrid: Comunidad de Madrid, pp. 45-58.
- Carreño, M., 2016. *F(r)icciones con lo real: las cajas chinas*. [en línea] Tesis doctoral. Universitat de Barcelona. Disponible en: <<http://hdl.handle.net/2445/98562>> [Último acceso: 20 de septiembre del 2017].
- Carreño, M. y Muñoz, R., 2011. *Las cajas chinas*, [en línea]. Disponible en: <<http://lascajaschinas.net>> [Último acceso: 20 de septiembre del 2017].
- Celis, B., 2011. El pintor que falsificaba gratis. *El País*, [en línea] 30 de enero. Disponible en: <https://elpais.com/diario/2011/01/30/domingo/1296363154_850215.html> [Último acceso: 10 de septiembre del 2017].
- Charney, N., 2015. *The Art of Forgery. The Minds, Motives and Methods of Master Forgers*. Londres: Phaidon.
- Dulwich Picture Gallery, 2015. *Dulwich replaces Old Master painting with replica «Made in China»*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.dulwichpicturegallery.org.uk/about/press-media/press-releases/dulwich-replaces-old-master-painting-with-replica-made-in-china>> [Último acceso: 1 de septiembre del 2017].
- F for Fake*, 1973. [película] Dirigida por Orson Welles. Francia: Janus Films.
- Fondation Alberto et Annette Giacometti, 2012. *Annette Giacometti Prize. The Laureates*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.fondation-giacometti.fr/en/art/27/grants-and-prizes/96/the-laureates>> [Último acceso: 7 de septiembre del 2015].

Foucault, M., 1990. *¿Qué es un autor?* México: Universidad Autónoma de Tlaxcala y La Letra Editores.

Gapper, J., 2011. The forger's story. *Financial Times Magazine*, [en línea], 21 de enero. Disponible en: <<http://www.ft.com/intl/cms/s/2/5905c640-2359-11e0-8389-00144feab49a.html>> [Último acceso: 13 de septiembre del 2015].

García, L., 2014. Prada, China y el «halago» de la copia. *El País*, [en línea] 12 de diciembre. Disponible en: <http://elpais.com/elpais/2014/12/08/estilo/1418041337_976672.html> [Último acceso: 7 de septiembre del 2017].

Han, B.-C., 2016. *Shanzhai. El arte de la falsificación y la deconstrucción en China*. Buenos Aires: Caja Negra.

Heinich, N., 2010. La falsificación como reveladora de la autenticidad. *Revista de Occidente*, 345, pp. 5-27.

Moffitt, J. F., 1996. *El caso de la Dama de Elche. Crónica de una leyenda*. Barcelona: Destino.

Museum at the Fashion Institute of Technology, 2014. *Faking It: Originals, Copies, and Counterfeits*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.fitnyc.edu/museum/exhibitions/faking-it.php>> [Último acceso: 11 de septiembre del 2017].

Myatt, J., 2017. *John Myatt. The Artist*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.johnmyatt.com>> [Último acceso: 12 de septiembre del 2017].

Olivares, R., 2015. Nadie se dio cuenta. *Exit-express*, [en línea] 22 de septiembre. Disponible en: <<http://exit-express.com/nadie-se-dio-cuenta>> [Último acceso: 18 de septiembre del 2017].

Peran, M., 2015. After Landscape. Ciutats copiades. En: *Peran, M., ed. After Landscape. Ciutats copiades*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona y Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, pp. 13-21.

Schwartz, H., 1996. *La cultura de la copia. Parecidos sorprendentes, facsímiles insólitos*. Madrid: Cátedra.

Simon, B. y Davis, K., 2014. *The Con Artist*, 60 Minutes [archivo de vídeo] 23 de febrero. Disponible en: <<http://www.cbsnews.com/news/art-forger-wolfgang-beltracchis-multimillion-dollar-scam>> [Último acceso: 8 de septiembre del 2015].

Sky Arts, 2011. *Fame in the Frame*, [en línea] 27 de septiembre, 20:30. Disponible en: <<http://www.johnmyatt.com/the-television-series.htm>> [Último acceso: 9 de septiembre del 2015].

Tam, K., 2014. Dolce & Banana, A Shanzhai Creator's Manual: Production and consumption of fake in contemporary Chinese art practices. En: Hulme, A., ed. *The Changing Landscape of China's Consumerism*. Kidlington: Chandos Publishing, pp. 83-106.

The National Gallery, 2010. *Close Examination: Fakes, Mistakes and Discoveries*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.nationalgallery.org.uk/whats-on/exhibitions/close-examination-fakes-mistakes-and-discoveries>> [Último acceso: 15 de septiembre del 2017].

Tinari, P., 2007. Original copies: the Dafen Oil Painting Village. *Artforum*, 46(2), pp. 343-351.

Wieseman, M. E., 2010. A Dead Soldier. *The National Gallery*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/research/a-dead-soldier>> [Último acceso: 15 de septiembre del 2017].

Wolf, M., 2006. *Real Fake Art*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.photomichaelwolf.com/#real-fake-art>> [Último acceso: 10 de septiembre del 2017].

Wolf, M., 2011. *Real Fake Art by Michael Wolf*, [en línea]. Disponible en: <<http://www.photomichaelwolf.com/#book-real-fake-art>> [Último acceso: 10 de septiembre del 2017].

Wong, W. W. Y., 2008. Framed Authors: Photography and Conceptual Art from Dafen Village. *Yishu Journal of Contemporary Chinese Art*, 7(4), pp. 32-43.

Wong, W. W. Y., 2010. *After the Copy: Creativity, Originality and the Labor of Appropriation Dafen Village, Shenzhen, China (1989-2010)*. Tesis doctoral. Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology.

Montse Carreño

Artista visual. Doctora en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. Profesora del Departamento de Artes Visuales y Diseño de la Facultad de Bellas Artes de la UB. Desde el 2010 trabaja junto a Raquel Muñoz y sus proyectos se han presentado en muestras nacionales e internacionales. Desde una perspectiva multidisciplinar, su producción artística aborda paradojas relacionadas con el consumo, la reproductibilidad, la apropiación y la hibridez en la sociedad contemporánea.
montsecarreno@ub.edu