

El miedo es el mensaje

El miedo es el mensaje es un proyecto de investigación, documentación y reflexión que se materializa mediante la intervención *site specific* de vinilo sobre las cristaleras exteriores e interiores que circundan espacio trapézio.

La instalación *El miedo es el mensaje* reúne más de un centenar de titulares de prensa que informaron sobre procesos clave en diferentes crisis económicas sucedidas en varios países durante los últimos veinte años:

1992-1993 España
1994-1995 México
2001 Argentina
2008 Actual crisis económica mundial

Los titulares han sido seleccionados siguiendo criterios subjetivos establecidos por el mismo artista y se han escogido a partir de prensa consultada en hemerotecas y archivos públicos y privados. Las fuentes de las que se han extraído son *ABC*, *Levante EMV*, *El Mundo*, *El País*, *Público* y *La Vanguardia*, para la crisis española; *Expansión*, *El Financiero*, *La Jornada*, *Proceso* y *Reforma* para la crisis mexicana; *Ámbito Financiero*, *Clarín*, *El Cronista*, *El Día*, *Diario Popular*, *El Diario de la Región*, *Página/12* y *La Prensa* para la crisis argentina.

Si bien en la instalación los titulares se han presentado siguiendo un orden aleatorio que puede llevar al público, cuyo tiempo le apremia, a considerar que pertenecen al mismo tiempo y al mismo espacio; aquí no sólo se recoge a modo de testigo perocedero cómo fue la instalación, sino que además se incluyen de nuevo ordenados

cronológicamente y acompañados de la referencia bibliográfica de donde se han sacado. Del mismo modo en la web <http://elmiedoeselmensaje.juanjosemartin.com> se hace público el archivo de titulares que ha sido creado, poniendo a disposición las imágenes de las portadas o de la noticia completa de la cual se ha extraído cada titular.

El miedo es el mensaje aúna la trayectoria de Martín Andrés con dos influencias decisivas: la teoría del filósofo canadiense Herbert Marshall McLuhan, cuyas hipótesis a cerca del poder de los medios de comunicación partían del reconocimiento de su potencialidad para modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y las actividades humanas, conocido por su célebre frase "el medio es el mensaje"; y por otra parte, hace también referencia a *...en tiempos de crisis*, obra de Rogelio López Cuenca y Antoni Muntadas presentada en el año 2009 en art.es en el ámbito de ARCO. En ella se reunían diferentes titulares de medios españoles en los que aparecía la palabra crisis completa pero sin referirse a una concreta.

Partiendo de estas premisas, Martín Andrés da un giro más, jugando con las palabras y alejándose de ambos puntos de vista para facilitar una visión más global, fundamentada en la experiencia vivida de períodos de crisis ya superados y así, ahora puestos en paralelo, se puedan identificar las diversas herramientas empleadas para contener mediante la información la opinión y reacción de los ciudadanos.

Más información:
<http://elmiedoeselmensaje.juanjosemartin.com>

ÍNDICE

EL MIEDO ES EL MENSAJE PÁGINA 2

FEAR IS THE MESSAGE PÁGINA 3

CRISIS ESPAÑOLA, 1993 PÁGINA 4

CRISIS MEXICANA, 1994 PÁGINA 5

CRISIS ARGENTINA, 2001 PÁGINA 5

CRISIS ACTUAL PÁGINAS 6-7

Proyecto de Juan José Martín Andrés

Comisariado por Alba Braza Boïls

Del 11 de septiembre al 7 de octubre de 2012

espacio trapézio

El miedo es el mensaje

La historia es una serie de mentiras acordadas.

Cuatro periódicos hostiles son más temibles que mil bayonetas.

Napoleón Bonaparte

ALBA BRAZA BOÏLS

El miedo es el mensaje es un proyecto culmen resultado de obras precedentes en las que se ya se ponía en relación y se profundizaba sobre el mismo tema, como si se tratase de un puzzle en continuo crecimiento cuyas piezas siempre tienen que encajar. La obra de Juan José Martín Andrés se ha ido desarrollando a través de una reflexión marcada por una continua observación del contexto político y sobre el modo en que los medios de comunicación, especialmente la prensa, nos lo transmiten. Una trayectoria que va evolucionando con el paso del tiempo, adaptándose a las situaciones clave de cada momento como *Iraq Slides. Ruler of Darkness* (2009) trataba de la guerra en Irak y como ahora *El miedo es el mensaje* trata sobre la crisis actual.

Estamos ante una experimentación que surge tras una selección, llevada a cabo por el mismo artista, a partir de imágenes preexistentes que en otros momentos ocuparon portadas de libros, cómics, titulares de periódicos y carteles de contenido político, publicados en medios de comunicación de masas. A dicha selección, se le suma una completa descontextualización y una nueva presentación de la imagen que fiel a la original, ahora da lugar a la obra.

Ya *Huracán Laissez Faire* (2012) nos anunciaba, mediante contenidos que se entrelazan, *El miedo es el mensaje*. Se trataba de una intervención que plasmó de un modo gráfico a través de un mapamundi dibujado sobre muro, el orden de las crisis mundiales de los últimos veinte años, usando flechas que marcaban la dirección entre puntos de partida y consecuencias. De forma paralela, corría una línea temporal que situaba cada una de las crisis económicas señaladas en el mapa con hechos histórico-políticos clave.

La obra de Martín Andrés va siempre acompañada de la apropiación, sea de noticias del presente como de hitos en la historia que transforma como si de un encargo didáctico o ejercicio de la memoria se tratase, subrayando intencionadamente nuevos aspectos y proponiendo diferentes lecturas mediante el recuerdo y reproducción de las fuentes documentales que en su día contaron cada episodio. Sus principales fuentes documentales suelen ser elementos producto de la imprenta, los cuales reproduce con la máxima fidelidad aplicando técnicas tradicionales como el dibujo a lápiz¹. El políptico *Huracán Laissez Faire* (2012) reproducía trece portadas de libros y ensayos sobre teoría económica, la serie *Covers* (2010) diferentes portadas clave de la revista *Times* y *Newsweek*; *Headers, Covers & Advertisements* (2010) reproducía únicamente los títulos de portadas de libros que trataban el conflicto bélico de Irak, la serie *Ruler of Darkness* (2009) portadas de cómics, libros y propaganda de las décadas de 1950 a 1970, editados por asociaciones y colectivos civiles de EEUU anticomunistas; e incluso de forma más temprana, propuso obras que también trasladaba imágenes de carteles electorales mexicanos y grafitis de contenido político, reuniéndolos y formando una composición o *collage* fotográfico que descontextualizaba la imagen de su contexto original (*La región más transparente del aire*, 2006-07).

La imagen-punto de partida es consecuencia de su pasión o manía de construir su propio archivo de imágenes, esloganes y noticias de periódico de contenido político, un trabajo de selección continuo que conforma su cotidianeidad. Los documentos forman parte de la realidad del presente y el curso de la política va sucediéndose.

Curiosamente, no importa cuál sea la tendencia o donde esté la verdad, sino la búsqueda de la incoherencia en cómo los medios de comunicación nos transmiten las noticias.

Todos los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar.

El medio es el masaje.

Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan como ambientes.

Todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física.²

Martín Andrés pone en tensión la verdad, la capacidad o la voluntad de contar aquello sucedido desde la objetividad, a la vez que también pone en crisis nuestra capacidad de memoria, lo cual nos provoca una continua sorpresa y alarma ante una misma noticia publicada repetidas veces.

Temas que parecían resueltos desde la antigüedad entrarían en fricción si nuestra memoria alcanzase lo imposible. Si en las sociedades prealfabéticas “oir era creer”, se dio un paso más inventando la escritura y dejando atrás un período basado únicamente en el recuerdo de las conversaciones: “La pluma de ganso acabó con la memoria”³. Con la llegada de la imprenta obtenemos un recurso repetidor. Contamos con la primera mercancía uniformemente repetible que ha ido extendiéndose y poniéndose a nuestro alcance, permitiéndonos cada día tener un periódico a nuestra disposición y enfrentándonos, como consecuencia, a las noticias día tras días sintiendo a menudo estar participando en el “día de la marmota”⁴

Si no dedicásemos el tiempo necesario a ver la instalación, los casi dos centenares de títulos presentados con un orden aleatorio en *El miedo es el mensaje*, podrían parecerse estar sacados de un mismo país en un mismo año, dando la sensación de actualidad y cercanía.

La retirada de la inversión extranjera hunde la Bolsa y el mercado de deuda pública.
EL PAÍS, 25.09.1992 (España)

El Gobierno impone más sacrificios para mantener las pensiones y la sanidad.
EL PAÍS, 30.09.1992 (España)

No recuerdo un recorte salarial así en todo el mundo.
Página/12, 31.05.2001 (Argentina)

Deuda interna, en aumento.
El Financiero, 27.12.1994 (México)

Sin embargo, al detenernos vemos que los sujetos y el factor espacio tiempo cambian, son sólo los errores los que se mantienen como una constante. La historia se deja ver como un proceso cíclico, basado en la repetición de quienes participan y elaboran las reglas del juego, transmitiéndonos la sensación de no saber la verdad completa de lo que está sucediendo, de estar rodeados de ruido y entretenimiento, mientras los procesos siguen su curso.

... los medios de comunicación para las masas pueden incluirse entre los narcóticos sociales

más directos y eficaces. Pueden ser tan eficientes que hasta impedirán que el drogado advierta su enfermedad.⁵

Por que algo está sucediendo. Pero uno no sabe lo que es. ¿Lo sabe usted, señor Jones?
Bob Dylan⁶

El miedo es el mensaje propone cuestiones y no ofrece respuestas. Cuestiones que Martín Andrés plantea de forma irónica para invitarnos a analizar cuánto influye el medio en el mensaje y cuánto miedo nos puede provocar el medio informándonos sobre realidades que al fin y al cabo están formadas por personas con historia y vida propia.

Alba Braza Boïls es comisaria independiente. Trabaja entre España e Italia. www.albabraza.com



Huracán Laissez Faire, 2012.

Dibujo a lápiz y vinilo adhesivo sobre pared. Medidas variables. Cortesía del artista. Fotografía: Pablo Llopis Iváñez.

1. Si bien las obras citadas a continuación usan como técnica el dibujo, en *El miedo es el mensaje* se usa vinilo sobre muro o sobre cristal. En otras ocasiones ha utilizado el vídeo, *Mandala Bélico* (2008) o la instalación, usando diferentes elementos como *Iraq Slides* (2009) en la que se usaban placas de metacrilato o *Laissez Faire* (2009) que contenía dos banderas.
2. McLuhan, Marshall, *El medio es el masaje*, Paidós, Madrid, 2010. Pag. 26.
3. Ibid., pag. 48.
4. En referencia a la comedia “Atrapado en el tiempo”, 1993, dirigida por Harold Ramis. En dicha película, un periodista gruñón (protagonizado por Bill Murray) se ve condenado a revivir, una y otra vez, el mismo día. Todo se repite, excepto su percepción, sucediéndose día tras día de igual forma lo que le sucede en cada momento.
5. Cita de Lazarsfeld, Merton; 1992:224, en: Méndez Rubio, Antonio, *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*, Universitat de València, 2004. Pag. 51.
6. Canción “Ballad Of A Thin Man”. Bob Dylan.

Fear Is The Message

The story is a series of agreed lies.

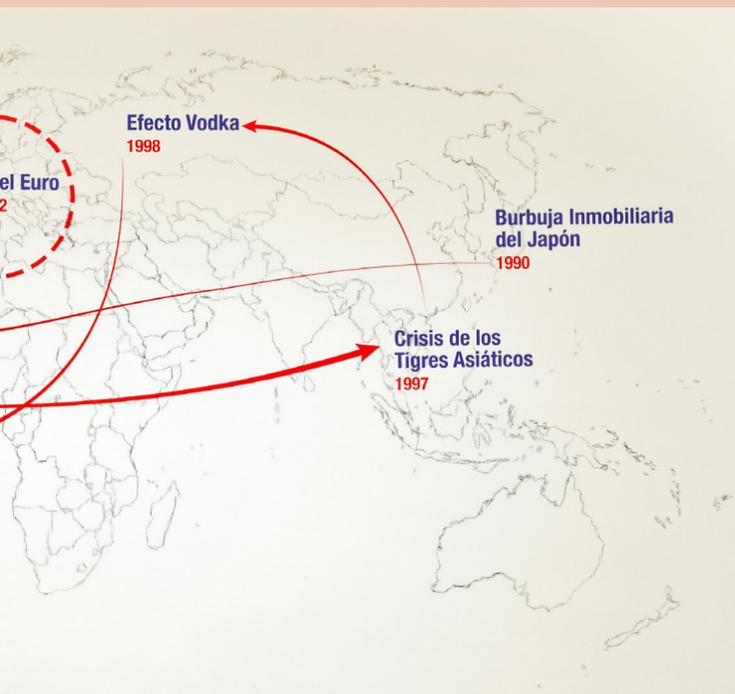
Four hostile newspapers are more terrifying than a thousand bayonets.

Napoleón Bonaparte

ALBA BRAZA BOÏLS

El miedo es el mensaje (Fear Is The Message) is a culminating project which is the result of previous projects that explored the same subject matter. It's like a puzzle in continual growth in which the pieces must always fit in somehow. The work by Juan José Martín Andrés has developed from a reflection based on continuous observation. An observation of the political context and, especially, what the mass media – in particular the Press – want us to believe. The process has evolved over time, adapting to key situations. Just like *Iraq Slides. Ruler of Darkness* (2009) talked about the war in Iraq, *El miedo es el mensaje* talks about the current financial crisis.

We're witnessing an experiment drawn from a selection by the artist himself. He selected images which have before appeared on book covers, in comics, on the front pages of newspapers, on political publicity. All these



have been published in the mass media. The selection has then been completely decontextualised and presented anew as the artwork.

The concept was already there in *Hurricane Laissez Faire* (2012). This piece was a map of the world drawn on a wall and detailed economic world crises from the last twenty years pointing out where they came from and where the consequences hit. It also included a timeline detailing the different economic crises and key political and historic information.

The work of Martín Andrés always contains a degree of appropriation. This may be from the news or from a significant historic event and these appropriations are transformed, as if by an exercise of the memory, so that different interpretations and new aspects are intentionally foregrounded from the reproduction of documented sources that told the original story.

His main documented sources are usually the press, which he reproduces faithfully using traditional techniques like pencil drawings¹. The polyptych *Hurricane Laissez Faire* (2012) used the reproduced images of three

book covers and essays about economic theory. The series *Covers* (2010) reproduced different key front covers from *Time* and *Newsweek*. *Headers, Covers & Advertisements* (2010) reproduced only the covers of books about the Iraq conflict. *Ruler of Darkness* (2009) used the front covers of comics, books and publicity from the 1950s to the 1970s which were edited by anti-communist groups and collectives in the USA. In earlier work, he built a photographic collage of electoral publicity and politically-toned graffiti from Mexico, all decontextualised –*La región más transparente del aire* (The Most Transparent Region Of The Air), 2006-07.

The image that marks the starting point is the consequence of his passion and obsession to create his own file of images, slogans and news articles about politics as a daily labour of continuous selection. This documentation forms part of the current reality and the course of political activity. He's not interested in the political bias or the truth content of the articles but in the incoherence with which the media broadcast the news.

The media beats us repeatedly and meticulously. The personal consequences penetrate us so personally, politically, economically, aesthetically, psychologically, morally, ethically and socially that they leave no part of our character intact, unaltered or unmodified.

The Medium is the Massage.

*It's impossible to understand social and cultural change when it can't be understood how the media works like atmospheres. The media is the prolongation of some kind of human, psychological and physical faculty.*²

Martín Andrés puts under tension the truth, the ability and the will to report something from an objective point of view and he forces our memory into a crisis, we are continuously surprised and alarmed before the same piece of news published again and again.

Subjects which we believed were resolved ages before rub against each other if our memory reaches the impossible. If in illiterate societies "hearing was believing", writing was invented and the period of memory through oral tradition was left behind: "The goose feather put an end to memory"³.

With the arrival of the printing press, we had a machine that can repeat, creating a product which can be uniformly repeated and given out so that every day we could have a newspaper at our disposition. We are faced every day with the news, again and again, as if we were trapped in "Groundhog Day"⁴.

If we dedicated the necessary time to see the installation, the nearly 200 headlines presented in random order in *El miedo es el mensaje* could seem to us like the same piece of news from the same country in the same year, giving us the sensation of closeness and the present.

The withdrawal of foreign investment brings the stock market and the market for sovereign debt crashing down
EL PAÍS, 25.09.1992 (Spain)

The government imposes more sacrifices to protect pensions and public health.
EL PAÍS, 30.09.1992 (Spain)

I don't remember such a huge salary cut ever in any country.
Página/12, 31.05.2001 (Argentina)

Internal debt rises.
El Financiero, 27.12.1994 (Mexico)

However, if we look carefully, we see that the subjects and the space-time factor change, only the mistakes are constant. History is seen as a cyclical process based on the repetition of the participants and those who make the rules to the game. This gives us the feeling that we don't see the full picture of what's going on, that we're surrounded by noise and distractions while the process continues to run its course.

*...the mass media has its place among the most direct and efficient social narcotics. It is so efficient that it can even prevent the drug addict from discovering his or her illness.*⁵

There's something wrong here
But you don't know what it is, do you? Mr. Jones
Bob Dylan⁶

El miedo es el mensaje asks questions without offers answers. Martín Andrés asks these questions with irony to invite us to analyse how much means (or the media) influences the message and how much fear the media can provoke in us when reporting about realities formed by people and private lives.

Alba Braza Boïls is an independent curator. She works between Spain and Italy. www.albabraza.com

Huracán Laissez Faire, 2012.

Pencil drawing and adhesive vinyl on wall. Different sizes. Courtesy of the artist. Photo: Pablo Llopis Iváñez.

1. Although the technique used in the works listed is pencil drawing, the artist has used vinyl directly on the wall or glass in *El miedo es el mensaje*. On other occasions, for example in *Mandala Bélico* (War Mandala) (2008) he has used video in the installation. In *Iraq Slides* (2009) he used sheets of mehacrylate. In *Laissez Faire* (2009) he used two flags.
2. McLuhan, Marshall, *El medio es el mensaje*, (*The Medium Is The Message*) Madrid, Paidós (2010). Pag. 26.
3. Ibid., pag. 48.
4. Ramis, H. Director, *Groundhog Day* (1993) Bill Murray plays a grumpy TV reporter who is trapped in the repetition of the same day over which only he is aware of.
5. Lazarsfeld, M. 1992:224, in Méndez Rubio, A. *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*, (Perspectives about Communication and Society) Valencia, Universitat de València, (2004) Pag. 51
6. Dylan, B. "Ballad Of A Thin Man"

España
1992

Rechazo frontal al plan de ajuste del Gobierno

La Vanguardia, 23.07.1992

De la inversión a la especulación

El País, 19.09.1992

El crecimiento económico español alcanza el nivel más bajo de los últimos 10 años

Levante EMV, 17.11.1992

El Gobierno impone más sacrificios para mantener las pensiones y la sanidad

El País, 30.09.1992

La quiebra de un modelo

La Vanguardia, 16.05.1993

1993

La Comunidad intenta evitar la ruina del Sistema Monetario

El País, 14.05.1993

Los países más ricos se plantean un recorte en las prestaciones del Estado del Bienestar

El País, 7.07.1993

Plan de choque contra la rigidez económica

El Mundo, 6.06.1993

La Seguridad Social se endeuda por la caída del empleo

El País, 6.10.1993

Entre el despilfarro y los recortes

El País, 3.10.1993

Cautivos de la crisis

Pensiones, deuda pública y desempleo absorben la mitad del presupuesto público para el año próximo

El País, 13.10.1993

La trastienda del paro

El País, 10.10.1993

Cortar por lo sano

El estado de bienestar se bate en retirada de Europa acosado por la recesión el paro y el nuevo orden económico mundial

El País, 17.10.1993

Parón en los créditos

El País, 31.10.1993

Por cuarto trimestre consecutivo, la economía española sigue en recesión

El Mundo, 13.11.1993

«La construcción perderá este año más de 100.000 puestos de trabajo»

El Mundo, 21.11.1993

Parque jurásico financiero

El Mundo, 19.11.1993

Cientos de miles de personas salen a la calle en toda España contra la reforma laboral

El País, 26.11.1993

El Gobierno anuncia una reforma laboral que en la práctica supone despido libre

El Mundo, 23.11.1993

Imagen inferior de las páginas 4 – 7:

fragmentos del archivo digital de la obra *El miedo es el mensaje*, 2012.

Instalación, vinilo adhesivo sobre cristal. Medidas variables. Cortesía del artista.

LA CRISIS AGITA LA CALLE EL 'CRASH' DE 2008 Rechazo frontal al plan de ajuste del Gobierno El BCE salva a España del rescate... **LA CALLE** Ofensiva mundial para calmar a los ahorradores El pánico hunde las Bolsas **Parón en los créditos** Pensiones, deuda pública y desempleo absorben la mitad del presupuesto público para el año próximo **«La construcción perderá este año más de 100.000 puestos de trabajo»** Crecimiento Atado al Capital Al dinero se le agotan los refugios **ACOSO AL EURO** Los mercados se ceban con Italia y España Islandia se ahoga en su géiser **Cautivos de la crisis** **La tormenta sacude al mundo** Latinoamérica recuerda a Europa que los ajustes generan más crisis Los países más ricos se plantean un recorte en las prestaciones del Estado del Bienestar **Más riesgos** Perder a una generación **El sistema financiero, en libertad vigilada** **La trastienda del paro** La economía mundial, en vilo **«NO ES SOSTENIBLE»** El Gobierno impone más sacrificios para mantener las pensiones y la sanidad **El mundo después del 'crash'** La nueva zona cero del capitalismo financiero **Drásticos cambios en la economía** Estado de excepción económica permanente **El Gobierno anuncia una reforma laboral que en la práctica supone despido libre** Hachazo de S&P a los países del euro **La banca española dice que no pedirá más ayudas públicas**

México
1994

Crecimiento Atado al Capital

El Financiero, 19.12.1994

LA ECONOMÍA A PIQUE

La Jornada, 26.12.1994

Plan de Rescate, en Marcha

El Financiero, 30.12.1994

HERENCIA TRÁGICA

Expansión, 28.11.1994

Máxima Presión en Mercados

El Financiero, 20.12.1994

Deuda Interna, en Aumento

El Financiero, 27.12.1994

La Jornada, 30.12.1994

1995

EL COLAPSO

Proceso, 9.01.1995

EL PAIS HIZO ¡PUM!

Proceso, 23.01.1995

en el filo del estallido social

el gobierno se doblega

Proceso, 30.12.1995

Austeridad

La Jornada, 1.01.1995

EL PRESIDENTE NO PUEDE

Proceso, 16.01.1995

la banca, el gran fracaso

Proceso, 4.05.1996

1996

terrorismo bancario

Proceso, 1.06.1996

Argentina
2001

Más riesgos

El Día, 6.12.2001

“NO RECUERDO UN RECORTE SALARIAL ASÍ EN TODO EL MUNDO”

Página/12, 31.05.2001

Reunidos y dominados

La Prensa, 19.12.2001

“NO ES SOSTENIBLE”

Página/12, 19.12.2001

Drásticos cambios en la economía

LA ECONOMIA QUE VIENE NO ES TAN IMPREVISIBLE

Ámbito Financiero, 21.12.2001

Nueva etapa al borde del precipicio

El Día, 24.12.2001

El país a la deriva

El Día, 31.12.2001

La corrupción bajo la alfombra de la crisis

2002

Perder a una generación

El Diario de la Región, 7.04.2003

2003

El FMI presiona nuevamente

El Diario de la Región, 23.05.2003

Emergen-
cia

Máxima Presión en Mercados
La Seguridad Social se endeuda por la caída del empleo

Los bancos españoles aprueban
Lagarde dice que es “probable” que desaparezca el euro en 2012

Portugal tira la toalla y pide el rescate a la UE
Plan de choque contra la rigidez económica
¿De verdad esto lo arreglamos entre todos?
La UE da un respiro a los griegos

La Comunidad intenta evitar la ruina del Sistema Monetario
A Portugal le dan por todas partes
La bolsa se hunde tras la quiebra de Lehman

UN BILLÓN PARA SOSTENER AL EURO
El paro se desboca con la recesión
El acuerdo en la UE desata la euforia en Bolsa

El crecimiento económico español alcanza el nivel más bajo de los últimos 10 años
LA ECONOMIA QUE VIENE NO ES TAN IMPREVISIBLE
De «la desaceleración» al abismo

Cortar por lo sano
El estado de bienestar se bate en retirada de Europa acusado por la recesión el paro y el nuevo orden económico mundial

Los españoles aceptan que se ayude a la banca...pero NO a las inmobiliarias
Acción pública masiva contra la crisis
Cientos de miles de personas salen a la calle en toda España contra la reforma laboral

Por cuarto trimestre consecutivo, la economía española sigue en recesión
Oleada de recortes sociales en Europa
«Nadie conoce en realidad la magnitud del “crash” bursátil»

en el filo del estallido social

Emergen-
cia

Crisis actual
2008

La bolsa se hunde tras la quiebra de Lehman

Levante EMV, 16.09.2008

La economía mundial, en vilo

Público, 16.09.2008

«Nadie conoce en realidad la magnitud del “crash” bursátil»

ABC, 17.09.2008

Recompensados por hundir Wall Street

El País, 21.09.2008

La nueva zona cero del capitalismo financiero

Ofensiva mundial para calmar a los ahorradores

Público, 1.10.2008

Sarkozy propugna una refundación del capitalismo

La Vanguardia, 26.09.2008

Los españoles aceptan que se ayude a la banca ...pero NO a las inmobiliarias

Público, 6.10.2008

La tormenta sacude al mundo

El País, 5.10.2008

EL ‘CRASH’ DE 2008

El País, 11.10.2008

El pánico hunde las Bolsas

Islandia se ahoga en su géiser

El País, 12.10.2008

El mundo después del ‘crash’

El País, 26.10.2008

LA CRISIS AGITA LA CALLE

Accion pública masiva contra la crisis

El País, 16.11.2008

Público, 12.11.2008

El sistema financiero, en libertad vigilada

VIVIR EN CRISIS

Público, 16.11.2008

Público, 16.11.2008

Intervencionismo contra la crisis

El País, 19.03.2009

2009

Lo peor de la crisis está por venir

El País, 30.05.2009

¿De verdad esto lo arreglamos entre todos?

El País, 20.03.2010

2010

España sale de su recesión más grave

El País, 8.05.2010

Entre el despilfarro y los recortes
terrorismo bancario
Reunidos y dominados
Las urnas no calman al mercado

VIVIR EN CRISIS

LA ECONOMÍA A PIQUE

La crisis, más cerca de usted
Parque jurásico financiero
La quiebra de un modelo
EL PAIS HIZO ¡PUM!

EL COLAPSO

Deuda Interna, en Aumento
El FMI presiona nuevamente

Nueva etapa al borde del precipicio
Lo peor de la crisis está por venir

HERENCIA TRÁGICA

El miedo vuelve a los mercados

El País, 15.05.2010

Los bancos españoles aprueban

El País, 24.07.2010

Portugal tira la toalla y pide el rescate a la UE

La Vanguardia, 7.04.2011

ACOSO AL EURO Los mercados se ceban con Italia y España

Público, 12.07.2011

Las urnas no calman al mercado

El País, 29.07.2011

De «la desaceleración» al abismo

El Mundo, 11.09.2011

UN BILLÓN PARA SOSTENER AL EURO

Público, 25.10.2011

El acuerdo en la UE desata la euforia en Bolsa

El Mundo, 28.10.2011

El BCE salva a España del rescate...

El Mundo, 18.11.2011

A Portugal le dan por todas partes

El Mundo, 25.11.2011

Ultimátum a la UE para salvar el euro

El Mundo, 9.12.2011

Hachazo de S&P a los países del euro

El País, 14.01.2012

Sus fechorías salen gratis: paga el ciudadano

El País, 22.05.2010

La crisis, más cerca de usted

El País, 26.12.2010

Venderlo todo para salvar la Acrópolis

El País, 22.05.2011

Oleada de recortes sociales en Europa

Público, 1.07.2011

La UE da un respiro a los griegos

Público, 22.07.2011

Al dinero se le agotan los refugios

El País, 11.09.2011

PILLAJE EN LAS CAJAS

Público, 9.10.2011

La banca española dice que no pedirá más ayudas públicas

Público, 26.10.2011

Latinoamérica recuerda a Europa que los ajustes generan más crisis

Público, 30.10.2011

Estado de excepción económica permanente

El País, 26.11.2011

Lagarde dice que es "probable" que desaparezca el euro en 2012

El País, 7.01.2012

El paro se desboca con la recesión

El País, 28.01.2012

2011

2012

PILLAJE El miedo vuelve a los mercados
EN LAS CAJAS El país a EL PRESIDENTE
el gobierno se doblega la deriva **NO PUEDE**

la banca, "NO RECUERDO UN
el gran **RECORTE SALARIAL ASÍ**
fracaso **EN TODO EL MUNDO"**

Austeridad De la inversión
Plan de Rescate, en Marcha a la especulación

El miedo es el mensaje (Fear Is The Message) is the result of a research, documentation and reflection process that is materialized by the site specific intervention of vinyl application on the outer and inner windows that surround **espacio trapézio**.

The installation *El miedo es el mensaje* contains more than hundred headlines that reported on the key processes in different economic crises in several countries during the last twenty years:

1992-1993 Spain
1994-1995 Mexico
2001 Argentina
2008 Current global economic crisis

The headlines have been selected according to subjective criteria established by the artist and have been chosen from press consulted in newspaper libraries and public and private archives. The sources from which they were extracted are: *ABC*, *Levante EMV*, *El Mundo*, *El País*, *Público* and *La Vanguardia*, for the spanish crisis; *Expansión*, *El Financiero*, *La Jornada*, *Proceso* and *Reforma* for the mexican crisis; *Ámbito Financiero*, *Clarín*, *El Cronista*, *El Día*, *Diario Popular*, *El Diario de la Región*, *Página/12* and *La Prensa* for the argentinian crisis.

Though in the installation the headlines are presented in a random order that can lead the public, under his own time pressure, to consider that they belong to the same time and the same space; the publication is not only collected as a transitory witness of the installation, but also compiles the headlines in a chronological order and enclosing a bibliographic reference of their source. In the same way, the website <http://elmiedoeselmensaje.juanjosemartin.com> discloses the headline folder that has been created, making available the cover images or the full story from which each headline was extracted.

El miedo es el mensaje combines the Martín Andrés path with two decisive influences; the theory by Canadian philosopher Herbert Marshall McLuhan's whose hypothesis about the power of the media started from the recognition of their potential to modify the course and running of human relationships and activities, known for its famous phrase "medium is the message"; on the other hand, also refers to ...*en tiempos de crisis* (...In Crisis Time), by Rogelio López Cuenca and Antoni Muntadas presented in 2009 in art.es in the sphere of ARCO. It gathered different headlines of the Spanish media containing the word "crisis" but without mentioning a specific one.

Starting from these premises, Martín Andrés gives a new turn, playing with words and getting away from both points of view in order to facilitate a global view, based on the living experience of crisis periods already overcome. Thus, by placing them in parallel, the several tools used to contain through information the citizen's opinions and reactions can be identified.

espacio trapézio

Del 11 de septiembre al 7 de octubre de 2012

Organiza
espacio trapézio

Produce
espacio trapézio y Vicerectorat de Cultura, Igualtat i Planificació de la Universitat de València

Proyecto
Juan José Martín Andrés

Comisaria
Alba Braza Boïls

Equipo de investigación
Hipatia Chomsky
Domingo Mestre
Ricardo Palacios López

Coordinación general
Miriam Estrada

Diseño gráfico
Juan José Martín Andrés

Textos
Alba Braza Boïls

Montaje
Junior Aplicaciones Integrales

Traducciones
Orlando Robson

Impresión
erasOnze

Agradecimientos
LA PRENSA Cooperativa de Trabajo y Consumo Limitada, Elena Mateo y Leo Ramos

El miedo es el mensaje se realizó por primera vez en el Claustre del Centre Cultural La Nau de Valencia del 13 de julio al 16 de septiembre de 2012, producida por el Vicerectorat de Cultura, Igualtat i Planificació de la Universitat de València.

El miedo es el mensaje was first shown in the Claustre of the Centre Cultural La Nau in Valencia from July 13 to September 16, 2012, produced by the Vicerectorat de Cultura, Igualtat i Planificació de la Universitat de València.

espacio trapézio

Mercado de San Antón, 2ª planta
Calle Augusto Figueroa, 24
28004 Madrid
+34 91 330 02 83

Horario: lunes a domingo: 12 - 20 h.
ENTRADA LIBRE

<http://elmiedoeselmensaje.juanjosemartin.com>
<http://espaciotrapezio.org>



VNIVERSITAT
ID VALÈNCIA

VNIVERSITAT
ID VALÈNCIA
Fundació General

CENTRE CULTURAL
LA NAU
VNIVERSITAT ID VALÈNCIA
C/Universitat, 2 València 46003
www.uv.es/cultura