

ZONA WEB

ZW núm. 55 Recomanació d'enllaços al servei de la reflexió i l'acció política i social realitzada pel meu amic [Antoni Gutiérrez-Rubí](#).

<http://www.0100101110101101.org>

ARTivisme

Eva i Franco Mattes, més coneguts com 0100101110101101.org, són artistes i activistes (ARTivistes) que utilitzen [tàctiques de comunicació](#) no convencional per obtenir la màxima visibilitat amb el mínim esforç. Les diverses iniciatives impulsades: [Vaticano.org](#), [VOPOS](#), [UNITED WE STAND. Europe has a mission](#), etc. busquen colpejar les consciències del públic de manera constant, a partir de l'[art digital](#), la provocació i les accions al carrer.

CONTRApUBLICITAT i CONTRAinformació

Un altre col·lectiu d'artistes italians, [Molleindustria](#), desenvolupa projectes que defineix com "políticament incorrectes". Un exemple, el joc a la xarxa [McDonald's videogame](#). Aquest projecte de contrapublicitat es distribueix gratuïtament a Internet i s'inspira en la famosa multinacional per dur a terme una iniciativa crítica. I, en l'àmbit de la contrainformació, aquests dies circula també per la xarxa una "fallada" detectada a [Google](#), on a l'escriure les paraules "miserable" i clicar després el botó "Voy a Tener Suerte", en lloc de "Búsqueda en Google", la pàgina mostrada és tota una sorpresa...

VIDEOficció

Una altra tècnica utilitzada és la videoficció. Als Estats Units, per exemple, [Marck Ecko](#) difonia fa uns mesos un vídeo amb la suposada realització d'un grafiti sobre l'avió presidencial Air Force One, per reivindicar el dret de la llibertat d'expressió. Aquesta peça va causar un gran renou a la xarxa i va ser recollida per diferents mitjans de comunicació.

Totes aquestes iniciatives d'ARTivisme, CONTRApUBLICITAT i VIDEOficció són imitades també per les grans agències de publicitat que utilitzen l'estratègia de moda, el màrqueting viral, al servei d'empreses i organitzacions. Algunes accions com la [falsa campanya contra la depilació](#) (impulsada realment per l'empresa Gillette) o el [Amo a Laura](#) que ens va acompanyar fins l'estiu, i l'artífex final del qual era una coneguda cadena de TV, han estat el preludi del sonat i polèmic [Levántate ZP](#) d'aquests dies.

La combinació de creativitat artística, Internet i màrqueting viral i de la difusió que ofereixen els mitjans de comunicació és una fórmula eficaç per sacsejar les consciències, desenvolupar accions publicitàries, aconseguir notorietat o reaccions i, també, per plantejar estratègies polítiques de futur. Hi haurà sorpreses.

PD. Per acabar, i parlant de video, cinema i ficció... no deixeu de visitar la programació de la [VI Edició del Festival Internacional de Cinema Gay i Lèsbic](#) de Barcelona.