

General Idea



P is for Poodle, 1983/1989
[*P es de Poodle*]
Impresión cromógena
[Chromogenic print]
Estate of General Idea, Toronto

- # General Idea

Tiempo Partido

-
-
-
-
- # Broken Time

- MUSEO JUMEX
27.OCT.2016—12.FEB.2017

#07

General Idea: Tiempo Partido





*Toda exposición de arte es la primera.
El cerebro pone en marcha su programa estereotípico
de arte incluso antes de que se reciba la invitación.
La información que recibe el cerebro
de la experiencia de recibir
una invitación basta para
activar las respuestas hormonales
que provoca la experiencia del arte.*

GENERAL IDEA

Fragmento de Complications Set In (1971)

GUÍA PARA NO PERDERSE EN EL TIEMPO VIRAL DE GENERAL IDEA

AGUSTÍN PÉREZ RUBIO

La noción de tiempo en la obra de General Idea es la de tiempo mutante, que cambia y se modifica constantemente, hasta hacernos llegar a un estado de pérdida. Del mismo modo, su estructura –cuyo fin es la construcción del mito del propio grupo– utiliza el glamour y la iconografía como herramientas necesarias para reflejar pedazos de la realidad de una sociedad estandarizada en el capitalismo, en el cual inciden fuertemente con sus obras de sutiles e hilarantes ironías. Es por eso que a veces podemos sentirnos como en la película *Lost in Translation* (Sofia Coppola, 2003), perdidos o desorientados en sus obras, pues toman y retoman diferentes tiempos y estilos, componiendo y recomponiendo constantemente significados e imágenes para crear algo nuevo que existió, pero todavía no fue creado. Todo ello forma parte del juego de la creación de un tiempo que se dilata, que va hacia adelante y que se contrae, que muta, que habla del pasado que fue imposible habitar o que se expresa en términos de un futuro que desapareció mucho antes de llegar.

Mediante sistemas de representación entre la realidad y ficción, entre lo natural y lo cultural, General Idea hace que todos esos sistemas se reflejen en forma de simulacro, constituyéndose como una memoria real de su trabajo, acrecentando esa misma fórmula de creación, alimentación, expresión y comunicación de un mismo concepto que es el propio grupo y sus diferentes fases.

5

El recorrido de *Tiempo Partido* inicia con piezas que corresponderían con el final de la trayectoria de estos artistas o, mejor dicho, con obra póstuma o la primera de uno de ellos individualmente. Después de varios años de no realizar un proyecto, AA Bronson hizo la pieza de tres sillas *Untitled (for General Idea)* [*Sin título (para General Idea)*] (1997), un homenaje tras la triste pérdida de Felix Partz y Jorge Zontal, sus compañeros de vida y trabajo. Es una obra que habla de la desaparición, pero también de la unión; deja en claro la independencia de cada miembro y al mismo tiempo la forma indisoluble de su trabajo en equipo. Como escribió Felix Partz en uno de sus cuadernos de notas: “General Idea es una coincidencia disciplinada de diferentes puntos de vista, forjados en un solo punto de vista.”¹

No obstante, esta muestra comienza mirando hacia atrás contando la historia del grupo en *Pilot [Piloto]* (1977), una obra videográfica de quiebre entre los comienzos y la etapa de madurez del grupo. Comisionada por la cadena OECA-

¹ Borrador transcrito por Felix Partz, incluido en su *Notebook, 1974-1975* (pasta dura negra, 31.5 x 25.5 cm), Ottawa: Archivo de General Idea, National Gallery of Canada.



SIDA, 1987

Un año de AZT, 1991 y Un día de AZT, 1991

TV de Ontario, “se concibió y grabó como un especial de televisión, utilizando las convenciones de este medio para crear un simulacro deconstructivista de la cultura popular.”²

En este video General Idea revela su manejo del lenguaje de los nuevos medios, en particular con los de la comunicación masiva; se apropia de formatos como el documental educativo, el reportaje de televisión tipo *biopic*, y realiza una especie de puesta en escena del colectivo y de lo que son los tres artistas a través de la narración de su carrera:

Desde los concursos de belleza de Miss General Idea a la publicación de la revista *FILE* y el Pabellón Miss General Idea —una propuesta arquitectónica para una “superestructura de formatos de contención.” Desdibujando las líneas entre arte, diseño y vida, *Pilot* revela la marca vanguardista de General Idea, Inc. y la producción cultural del glamoroso ícono artístico. Es crítico y se burla de sí mismo, con la suficiente veracidad para producir en el espectador humor y desconcierto. Deliberadamente se busca que el espectador se pregunte: “¿Van en serio estos tipos?!” y este es precisamente el asunto. ¿Cuál es el artista verdadero, cuál sirve meramente como una maquinación, qué es auténtico y qué es puramente imagen o un reflejo del original? Al utilizar un estilo didáctico y satírico, yuxtaposiciones de imágenes de belleza de los años cincuenta, y retratos de ellos mismos como personajes del cine, General Idea muestra el éxito con que se han diseñado a sí mismos, la manera en que se manipula a los medios para alcanzar resultados deseados y en que la audiencia se reduce a una masa sumisa, sonriendo en ovación de pie a la orden de un amo que no vemos.³

7

El pasillo de entrada realmente es un final, pero restaura el comienzo del grupo y aglutina el deseo de *ser* de los artistas. En esa idea mítica de tiempo, el inicio de General Idea tiene algo de fantasmagórico como todo mito que se precie, con una fusión entre la intención y lo sucedido.

Como telón de fondo de esta primera parte de la exposición están las piezas relativas al sida, creadas desde 1987 hasta la extinción del grupo. Esa serie fue premonitoria, pues contrario a la leyenda de que los artistas la realizaron como forma de protesta por la enfermedad de Partz y Zontal, General Idea concibió su primer *AIDS* antes de que los artistas supieran que estaban infectados de VIH. *AIDS* es la reapropiación de *LOVE* (1966) de Robert Indiana con los colores rojo, verde y azul, como los mismos colores de la obra homenaje de AA Bronson; en tanto, *One Year of AZT* [*Un año de AZT*] (1991), compuesta de 1,825 pastillas a muro, resulta un calendario de la enfermedad, el paso del tiempo y la disolución.

2 Fern Bayer, *General Idea: Catalogue Raisonné of Works, 1967-1995* (título provisional). Publicación en proceso.

3 Elaine W. Ho, “Pilot”, en LIMA Catalogue: <http://www.li-ma.nl/site/catalogue/art/general-idea/pilot/245>

Al igual que la pandemia, varias obras como *AIDS (T-Shirt)* [*SIDA (Camiseta)*] 1994/1996, *Black AIDS #3* [*Sida negro núm. 3*] (1991), *Mondrianoids (Indiana) Study* [*Estudio "Mondrianoids (Indiana)"*] (1994) y las míticas acuarelas *Infe©ted Pharmacie* [*Farmacia infe©tada*] (1994) o *Pharme©ology* (1994) son obras donde la intervención de General Idea se infiltra como un virus en trabajos de autores importantes de la historia del arte contemporáneo: Tom Thomson, Piet Mondrian, Marcel Duchamp, Ad Reinhardt, Andy Warhol o Robert Indiana. Es una invasión que juega con el tiempo al unir autores, estilos y épocas diferentes. Los tiempos mutan, los estilos se insertan, se readecúan y se expanden creando una nueva ramificación.

Las obras relativas al sida y las sillas de AA Bronson dan cuenta de la lucha y la conciencia política de tres hombres que vivieron, trabajaron y mantuvieron una relación sentimental y doméstica, que les ayudó cuando tuvieron que enfrentar una enfermedad desacreditada por la opinión pública. La defensa político-*queer* de su trabajo contra la estigmatización los hizo regresar a Toronto en 1993.



Partz y Zontal fallecieron en 1994, con pocos meses de diferencia, en el mismo apartamento en The Colonnade donde los tres artistas habían vivido, siempre en compañía de amigos y asistentes.

La ficción acompaña el trabajo de General Idea desde su nacimiento: los integrantes siempre dijeron que el colectivo inició en 1968, y firmaron así varios de sus trabajos, sin embargo, esto no es cierto.⁴ No fue sino hasta 1969 cuando los tres coincidieron con otras personas que formaron parte de la primera comuna en la casa del 78 Gerrard Street en Toronto. El grupo se definió como General Idea en 1970, aunque inicialmente también firmaban proyectos individuales. Lo interesante de esta estructura era su “conciencia colectiva” de la contracultura. En el grupo de colaboradores estaban Granada Gazelle, Mimi Paige (la primera novia de Felix Partz) Danny Freedman y Pascal, un amigo travesti que vivió un tiempo con ellos. Eran los tiempos de la psicodelia, el amor libre, las revoluciones estudiantiles y las teorías de la comunicación y el lenguaje del canadiense Marshall McLuhan que General Idea seguía. Todos provenían de mundos relacionados con el arte: AA de la arquitectura, fotografía, diseño, escritura y proyectos editoriales; Felix de la pintura, escritura y performance; y Jorge de la fotografía, performance, teatro y la escritura de guiones. Cada uno depositó su trabajo anterior como material inicial del grupo, así como sus intereses en autores y artistas como William S. Burroughs, Gertrude Stein, Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Ludwig Wittgenstein, Brion Gysin y Robert Smithson.

9

Los trabajos de este primer periodo son de carácter efímero. El tiempo se desvanece, es inmediato y sincrónico. Los nuevos medios de aquel entonces eran el video Portapak de Sony y la máquina télex, pasando por los juegos temporales, casi performativos, con las máquinas Xerox o incluso con el tiempo del correo, éste último central en el cuerpo de trabajo del colectivo. Muchas de esas piezas son difíciles de clasificar entre lo individual y lo colectivo, por lo que han adquirido la denominación de proyecto. Entre ellas están *Junkigram!* (1967) de Michael Tims, antes de crear su alter ego llamado AA Bronson; *Rob Boy* (1967) de Ronald Gabe, conocido más tarde como Felix Partz, y *Untitled Collage Set (“Phone”)* [*Collage del conjunto Sin Título (“Teléfono”)*] (1967) de Slobodan Saia-Levy, antes de ser Jorge Zontal.

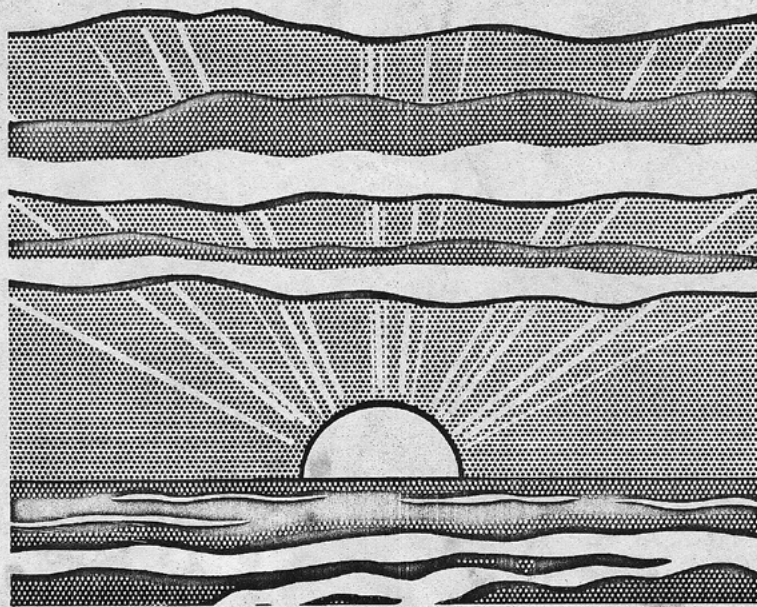
Otras piezas individuales como *Burning Ziggurats* [*Zigurats en llamas*] (1968-1969) o *Ziggurat Paintings Project* [*Proyecto de pinturas de zigurat*] (1968-1994) de Felix Partz son la base de *The 1984 Miss General Idea Pavillion* [*El Pabellón Miss General Idea 1984*]; incluso sus pinturas de 1968 sobre estos motivos se

4 Este descubrimiento se debe a la investigación de Fern Bayer en el momento de escribir “The Search for the Spirit”, en *The Search for the Spirit. General Idea 1968-1975*. Ontario: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 10-12.

ndolunle la gherodnd ed

TOMQUE

DATY

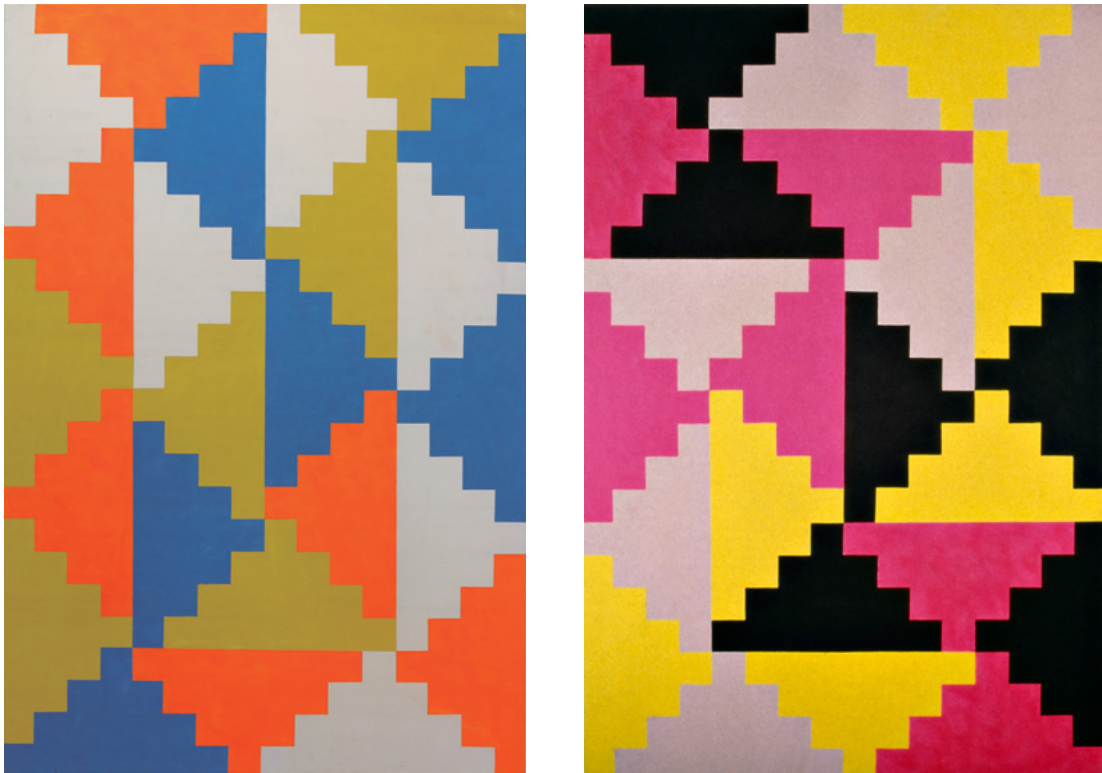


a Painting by
Roy Lichtenstein

"Rob Roy"

Xerox $\frac{3}{2}$

Roni Gabe / 67

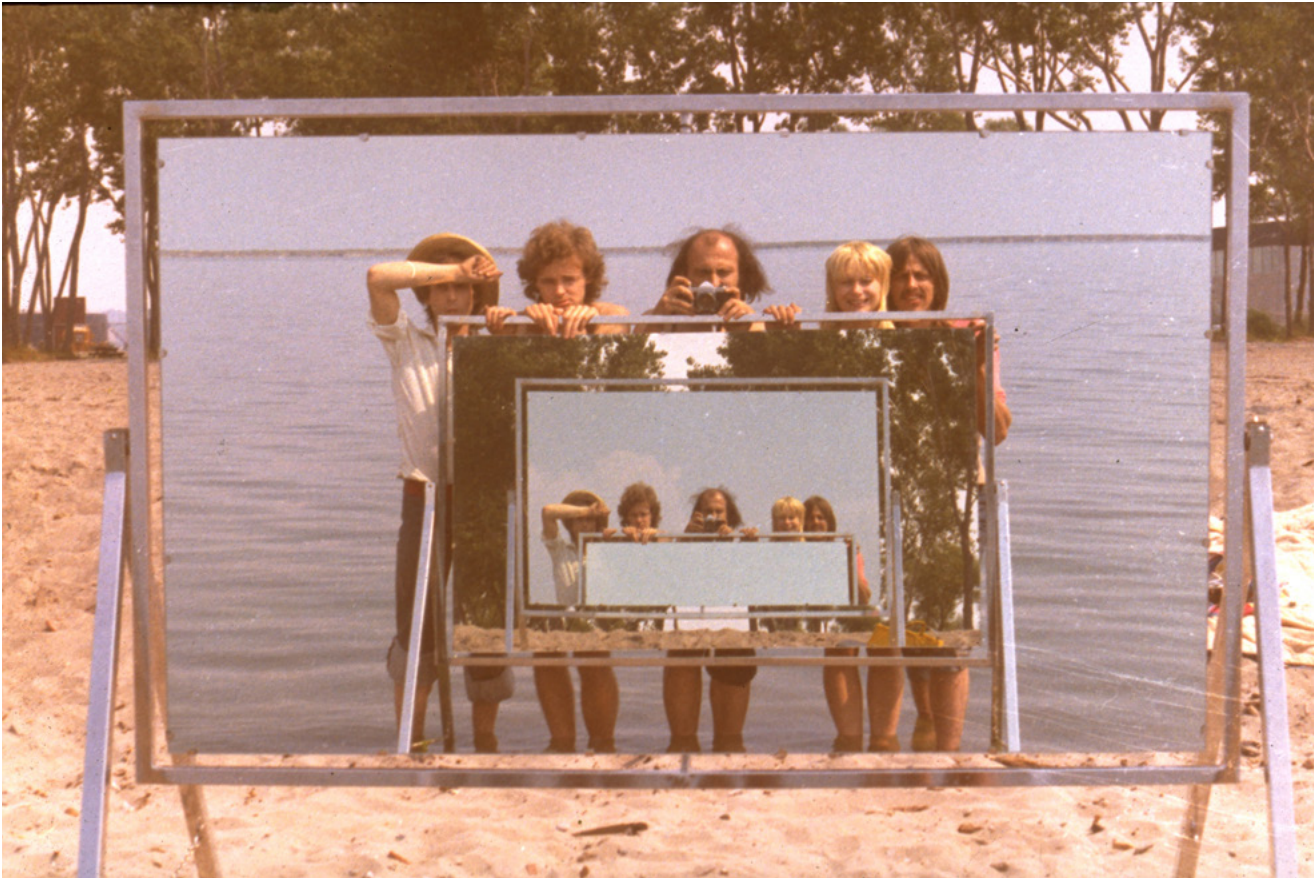


Granada, 1968–1969

Mimi, 1968–1969

vuelven a nombrar y datar entre 1969 y 1971 como ejemplos de retratos de las Beauty Queens (Reinas de belleza) para *The 1984 Miss General Idea Pageant* [*El concurso de belleza Miss General Idea 1984*]. En la exposición en el Museo Jumex se encuentran cuatro de los retratos: *Mimi*, *Granada*, *Honey* y *Marcel*. Del mismo modo se exhibe el proyecto “garbage” (basura) de Felix Partz que formó parte de la primera exposición colectiva de 1969 en la que participaron los tres artistas junto a una amiga, Mary Gardener, antes de establecerse como General Idea. Esas imágenes de Felix Partz, que exploran la idea del tiempo como detritus y se relacionan con el espacio urbano, en un sentido situacionista, formaban parte de la exposición *Waste Age* [*Era del residuo*] (1969).

Algunos miembros de General Idea estaban muy involucrados en el movimiento situacionista y con otros agentes artísticos en la unión de presupuestos estéticos avanzados con intereses políticos revolucionarios; por ejemplo, AA Bronson lo estaba desde su posición como uno de los editores de *Loving Couch Press*. Hay que entender que ese espíritu revolucionario de los situacionistas provino de Francia y se propagó a muchas instituciones estudiantiles a fines de los años sesenta, incluyendo las de Canadá. Varios proyectos de General Idea tienen la retórica y metodología situacionista, por ejemplo, *Line Project* [*Proyecto Línea*] (1970) que consistió en un anuncio en la radio CHUM-FM de Toronto.



Espejo doble, 1971

Gran cantidad de los proyectos iniciales de General Idea tienen que ver con el *mail art* (arte correo). Aunque algunos eran incipientes, tenían una relación temporal con la recepción de un mensaje: leerlo, fotocopiarlo, enviarlo y contarlo. El componente performativo de varias piezas de arte correo era la escritura. En este sentido, las obras *7 Chain Letters* [7 cartas en cadena] (1969) o *Skyportraits Chain Letter* [Carta en cadena de retratos del cielo] (1969) implican la idea de la instrucción, quizá deudora de las *Instruction Pieces* [Piezas de instrucciones] de la artista japonesa Yoko Ono, que desde mediados de los años sesenta las edita en su famoso *Grapefruit* (1964-).

Otros trabajos que condensan esa relación con el tiempo de recepción y de envío son *Untitled (Mail Art Project)* [Sin título (Proyecto de arte correo)] (1969) y la acción *Air, Earth, Fire, Water Series* [Serie Aire, Tierra, Fuego, Agua] (1970), que consistió en publicar un anuncio clasificado todos los días durante una semana en el diario *Toronto Star*. El texto sólo incluía los cuatro elementos de la naturaleza mencionados en el título. El proyecto también se compone de siete tarjetas con los anuncios recortados y pegados, así como fotos de algunas acciones, como la de AA Bronson caminando por la ciudad con una plantilla de las palabras del título para inscribirlas en diferentes superficies a modo de grafiti.

La relación que se establece entre lo real y lo artificial es uno de los mayores aportes del grupo, pues para los artistas era fundamental observar la coexistencia entre la naturaleza y la cultura. Un buen ejemplo de ello puede ser el proyecto de base performativa a modo de acción *Light On [Luz encendida]* (1971) y su video *Light-On Documentation [Documentación de Light-On]* (1971-1974). Se trata de la investigación y análisis de un reflejo de luz emitido por dos grandes espejos, con una estructura que rotaba 180 grados en vertical y horizontal. Eso aconteció durante el solsticio de verano de 1971 por siete diferentes ciudades canadienses. Los artistas manipularon el espejo para proyectar luz sobre el paisaje, edificios, personas y objetos. Documentaron la acción y posteriormente hicieron una instalación, que se presenta en la muestra junto al video *Double Mirror Video (A Borderline Case) [Video de Espejo doble (Un caso limítrofe)]* (1971), que muestra el recurso del doble espejo además de ser un ejemplo perfecto para expresar su idea como *borderline case* (caso limítrofe). Una manera de encuadrar que va mucho más allá del hecho narcisista y que sitúa de forma conceptual el trabajo de General Idea dentro de la semiótica del lenguaje de la imagen.

Es conocida la correspondencia de General Idea con Ray Johnson, el padre del arte correo, y con otros colegas para desarrollar proyectos artísticos, literarios y conceptuales. El grupo tuvo contacto con muchos artistas brasileños y mexicanos, como Ulises Carrión y sus proyectos editoriales (la revista *Ephemeris*, 1977-1978). Esta experiencia e intercambio de ideas se plasmó en *FILE Magazine* (1972-1989). La revista copia de forma irónica a nivel gráfico a *LIFE*, puesto que para General Idea el arte imita la vida del modo en que la vida imita el arte. *FILE* fue utilizada como herramienta de experimentación y también como generador de la mitología del colectivo. También constituyó el centro de operaciones y herramienta de gestión de muchos de los proyectos de General Idea; *FILE* fue “un parásito cultural en el flujo de sangre de los sistemas de distribución comercial que alteró sutilmente el cuerpo de su huésped.”⁵

13

De la periodicidad del tiempo de la propia revista se articulan nociones, como las del tiempo no atendido, que irrumpen en varias obras como *Opened Letters [Cartas abiertas]* (1972), que se presenta de forma documental como una carpeta llena de sobres de cartas recibidas. El proyecto surgió después de que el colectivo abrió su correo de varios días en el estudio y arrojó el contenido a la basura mostrando una cierta rebeldía antisistema y juvenil. Los artistas colocaron los sobres en una carpeta, de acuerdo con la fecha de recepción, y los marcaron: “Recibido 1 de mayo, 1972, “Recibido 2 de mayo, 1972”... formando una línea de tiempo.

La idea de tiempo interconectado se plasmó en la experimentación del grupo y se observa tanto en *The Great Canadian Split Project [El gran proyecto canadiense de partición]* (1972), como en *General Idea's Open Line! [¡Línea*

5 General Idea, “Editorial: Stretch That Social Fabric”, *FILE Magazine* núm. 29 (1989): p. 3.

abierta! de General Idea] (1978). En la primera obra, el corte del papel es una detención en el tiempo o la continuación de dos momentos diferentes, en dos lugares; es la unión de dos personas y mensajes diferentes. Ese es uno de los varios “split projects” que los artistas llevaron a cabo a lo largo de su carrera. Muchas de las postales que enviaban, regresaban desde diferentes partes del mundo partidas o separadas, y vueltas a unir; eran reenviadas una y otra vez, propiciando la unión de un emisor y un receptor que cambiaba constantemente. La mayoría de las postales estaban timbradas con lemas o frases de General Idea, o con el nombre del grupo.

General Idea's Open Line!, por su parte, aborda la inmediatez tecnológica de la aproximación y experimentación del colectivo con otros medios más innovadores. La pieza que se presenta en la exposición es resultado del proyecto de transmisión en *slow-scan video*, organizado por la Open Space Gallery de Victoria B.C. y desarrollado en Toronto, Nueva York, Memphis, San Francisco, Vancouver y Victoria, el 29 de agosto de 1978. El *slow-scan* es un medio que transmite una serie de imágenes fijas como si fuera un video. El proyecto consistió en realizar una fotonovela paródica con globos para incluir el diálogo de los personajes. Los artistas se colocaron en una serie de cuadros, y en cada uno sostenían enormes globos de voz encima de sus cabezas. Las imágenes aparecían y el aparato de transmisión las distribuía entre las ciudades participantes. Mientras, los colaboradores estaban en directo realizando y recibiendo dicho proyecto. La historieta trata, a modo de metalenguaje, sobre el proyecto y los tres protagonistas intentando conectarse con los demás colaboradores.

14

Friends - A Preliminary Series [*Amigos -Una serie preliminar*] (1970) también es un proyecto de investigación sobre los nuevos medios de la época. Esa pieza de AA Bronson, que se añade al archivo como obra de General Idea, se compone de fotografías de genitales masculinos y femeninos de amigos del artista en Canadá. Dieciséis de estas polaroids fueron montadas sobre hojas de papel con el nombre de cada persona, la hora y el lugar; así como la cámara y la ficha técnica fotográfica. Las instantáneas se fotocopiaron en una Xerox y se montaron sobre bloques de madera en línea recta, simulando una escultura minimalista de aquellos años, como las de Carl André o Robert Smithson.

El tiempo como retrato se presenta en el proyecto *Orgasm Energy Project* [*Proyecto de energía orgásmica*] (1970-1972) a partir de la unión de su relación abierta con los juegos sexuales y el estudio del tiempo como proceso performativo. Para ello enviaron por correo una plantilla, titulada Orgasm Energy Chart [Tabla de energía orgásmica], a diferentes amigos, con la instrucción de completarla y enviarla de nuevo a los artistas. En la plantilla se registraron los resultados de los orgasmos de cada persona durante un mes junto con cierta información como género, edad, lugar y actividad. Era una manera de realizar un retrato de la actividad sexual de una persona en el tiempo, pero también era una experimentación, como cualquier prueba de laboratorio o encuesta que recoge información —en ese caso más privada e interesante, donde lo personal se hace político.

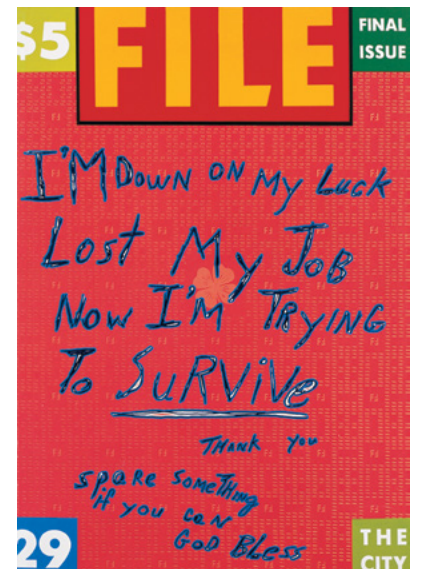
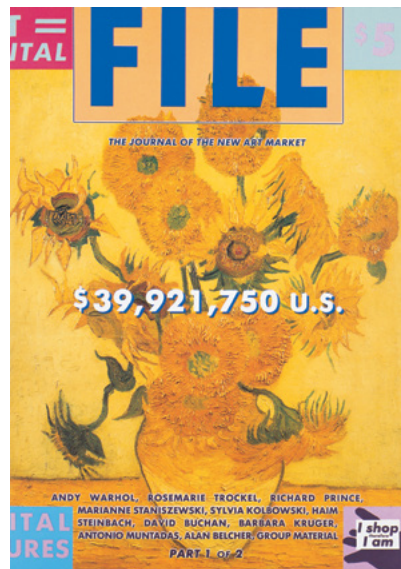


Portada de *FILE Magazine*, número 1, "Mr. Peanut Issue" (abril 1972)



Ejemplar del proyecto *Cartas abiertas*, 1972







Las nociones de retrato temporal y autorretrato crean la imagen mítica, publicitaria y casi icónica de General Idea. *Self-portrait (Velvet Underground)* [*Autorretrato (Velvet Underground)*] (1969), por ejemplo, remite a otro tiempo y espacio. En este autorretrato los tres integrantes de General Idea junto a su amigo Danny Freedman imitan la pose de la banda The Velvet Underground de la imagen del álbum de 1969, el cual sostiene AA en sus manos. Como en el retrato del matrimonio Arnolfini de Van Eyck (1434) o las Meninas de Velázquez (1656), el pintor (los artistas) están dentro de la imagen. Con esa obra podemos afirmar que ellos también quieren ser “estrellas” y comienzan a jugar con la idea del glamour y las fotos de portadas. Esa postura se enuncia en su *Manifiesto Glamour*, publicado en *FILE* de 1975, en el cual se reproduce una foto de ellos tres como arquitectos, ingenieros o diseñadores. De nuevo vemos una imagen que imita lo real, pero sin ser del todo cierta. Una imagen que subraya las ideas de autorreferencialidad y mitificación del grupo a través de algo tan intangible como el glamour. En su manifiesto, los artistas sustituyen la palabra “glamour” por “mito” en fragmentos de un texto de Roland Barthes, además de emplear referencias de Burroughs y Stein:

Esta es la historia de General Idea y la historia de lo que queríamos. Queríamos ser famosos, glamorosos y ricos. Esto es, queríamos ser artistas, y sabíamos que si éramos famosos y glamorosos podíamos decir que éramos artistas y lo seríamos. Nunca sentimos que teníamos que producir grandes obras de arte para ser grandes artistas. Sabíamos que el gran arte no traía glamour y fama... Sabíamos que si éramos famosos y glamorosos podíamos decir que éramos artistas y lo seríamos. Lo hicimos y lo somos. Somos artistas famosos y glamorosos.⁶

19

Esa declaración de intenciones les va a acompañar en toda su trayectoria, puesto que toda estrategia de cierto glamour conlleva un robo en sí mismo, una adopción, un mirar más allá, para cortar de aquí y de allá, como los *cut-up* de Burroughs, y como ellos aseveraron: “Sabíamos que para ser glamorosos teníamos que volvernos plagiadores.”⁷

Este trío artístico usó la autorrepresentación como medio de expresión en sus obras, algunas de ellas icónicas, imágenes fetiche que los acompañaron a lo largo de su carrera. Algunas aparecieron en *FILE Magazine* y fueron realizadas ex profeso. En algunos casos, son ellos mismos actuando y posando; y en otros son imágenes que los representan. Vale la pena recordar la fotografía de la instalación *Reconstructing Futures* [*Reconstruyendo futuros*] (1977), también reproducida en la portada de la publicación *Reconstructing Futures* (1978) en la que se ve a los tres saliendo de un supuesto incendio. Otros ejemplos son la portada del libro *General Idea's Ménage à Trois* (1978); los autorretratos en las

6 General Idea, “Glamour”, *FILE Magazine*, volumen 3 núm. 1 (otoño, 1975): p. 21.

7 *Ibid.*, p. 22.

obras *General Idea's Dominant Dream* [El sueño dominante de General Idea] (1979); *Playing the Triangle* [Jugando el triángulo] (1979); *Self-Portrait with Objects* [Autorretrato con objetos] (1981/1982); *P Is For Poodle* [P es de Poodle] (1983/1989); *Baby Makes 3* (1984-1989); *Nightschool* [Escuela nocturna] (1989); *Playing Doctor* [Jugando al doctor] (1992) o *Fin de siècle* [Fin de siglo] (1994). En ésta última, los artistas se convierten en tres pequeñas focas que se presentan en un no-tiempo o tiempo mítico, dentro de un paisaje glaciar romántico, extraído de una pintura de Caspar David Friedrich.⁸

A partir de 1970 General Idea comenzó lo que tal vez sea la acción más importante del colectivo y que deriva en la relación entre mito y tiempo: *Miss General Idea*, proyecto que forja gran parte de su trabajo desde el performance *What Happened* [¿Qué ocurrió?] (1970) hasta la destrucción en 1977 de *The 1984 Miss General Idea Pavillion* [El Pabellón Miss General Idea 1984]. Es en este momento cuando los proyectos de General Idea dan un giro estético de lo conceptual, efímero o performativo a lo escultórico, pictórico y videográfico con más fuerza, aunque la esencia del colectivo seguirá proyectándose en su propio pasado como forma autorreferencial de su creación y continuación.

20

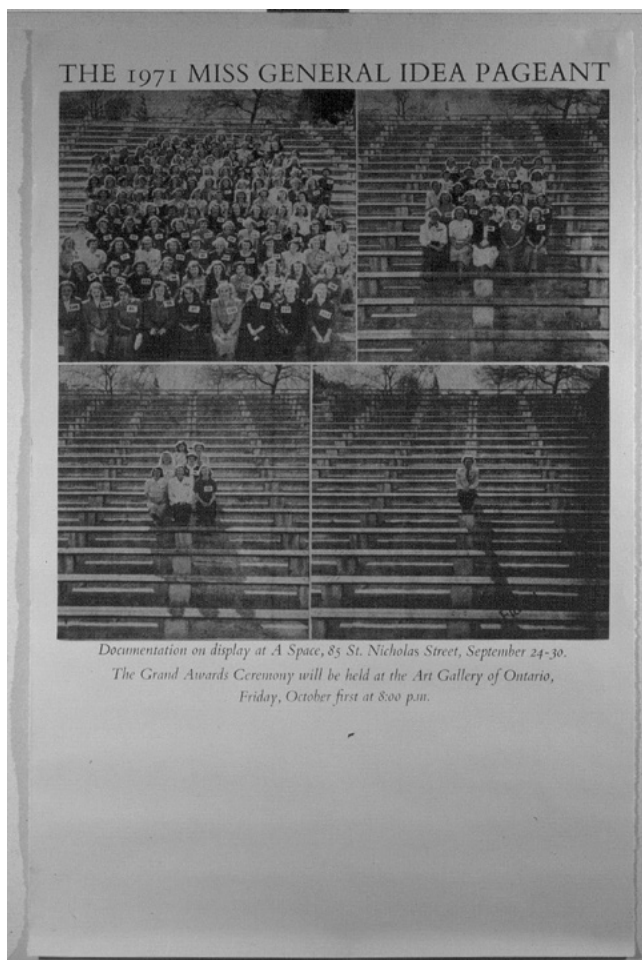
What Happened fue un performance con cinco acciones en sincronía que se desarrollaron durante tres semanas en diversas partes de Toronto. Jorge Zontal organizó al equipo de trabajo compuesto por Mary Gardner, Bernice Hune, Jeff Levy, AA Bronson y Felix Partz, entre otros. La acción final consistió en un concurso de belleza, en el que se coronó a Honey Novick como Miss General Idea 1970. El título proviene de la famosa obra de teatro de Gertrude Stein, *What Happened: A Play in Five Acts* [¿Qué ocurrió?: Una obra en cinco actos] (1913). Cabe mencionar que en muchos de los títulos de General Idea se presenta un lenguaje complejo en términos de traducción por los juegos de palabras, cambios de sentido, menciones a situaciones históricas; juegos de *queerización* del lenguaje o relaciones absurdas pero con un sentido oculto, y hasta místico o esotérico.

Miss General Idea refleja la competencia como estrategia del mundo del arte para ganar y perdurar en el terreno artístico; el evento proviene de una acción popular (los concursos de belleza), demostrando una vez más la relación entre lo real y lo artístico; entre lo que el arte imita y cómo es imitado, y su acción mitológica. Para la edición de 1970, Miss Honey (Honey Novick) demostró sus habilidades con la máquina télex mientras los otros competidores estaban disfrazados de osos y bailaban. El performance de Honey hizo que el jurado la

8 Esta instalación fue la única obra presentada en vida por General Idea en América Latina, gracias a Ivo Mesquita y Paulo Herkenhoff, en la Bienal de São Paulo de 1998, y que ahora se presenta en el nivel 1 del Museo Jumex.



Artist's Conception; Miss General Idea 1971.



El Concurso Miss General Idea 1971

Fotografías del Concurso Miss General Idea 1971

El Kit de inscripción del Concurso Miss General Idea 1971

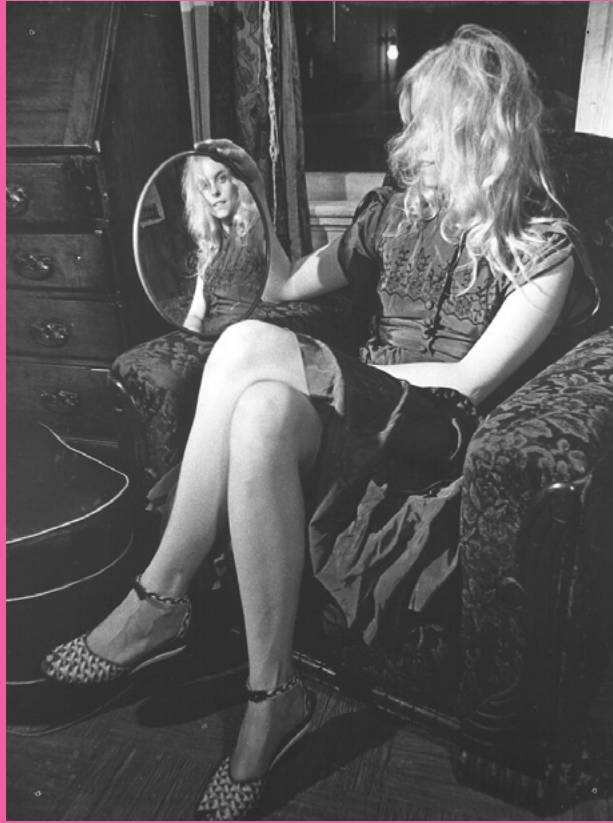
nombrara Miss General Idea 1970 y que su antecesora, Granada Gazelle, Miss General Idea 1969, le entregara el premio. Utilizando palabras de Felix Partz, la conmoción se dio porque lo que estaba pasando parecía muy real, dado que Miss Honey era muy buena actriz. Así, el colectivo constituyó este gran espectáculo de masas como antecesor de *The 1971 Miss General Idea Pageant* y estableció la genealogía de los concursos de belleza como su iconografía y su leyenda, puesto que la coronación de la primera Miss General Idea 1968, Mimi Paige, fue una invención posterior porque en ese momento los integrantes del grupo ni se conocían.

Al combinar actos performativos con actos de la cultura de masas, los artistas entendieron que no solamente eran deudores de un pasado artístico limitado a hacer pinturas y colgar cuadros, sino que eran unos comentaristas de la realidad y de lo que estaba sucediendo en su sociedad. Y quizá de una manera naïf pensaron que el museo podría ser un contenedor para ironizar sobre su propia función y desde ahí generar una crítica institucional.

En este sentido, el 1 de octubre de 1971 el espacio conocido como Walker Court en la Art Gallery of Ontario fue transformado para un concurso de belleza. A dieciséis “finalistas” se les envió un *Entry Kit* (kit de inscripción) por correo. Contenía diversas tarjetas, libretos, una carta de invitación y varias instrucciones, además del sobre con la dirección para ser enviado de vuelta junto con la aceptación de las condiciones. A los concursantes se les pidió una fotografía con el atuendo *Miss General Idea Gown*, un vestido también incluido en el kit y que formó parte de otras acciones del grupo. Mediante las fotografías seleccionaron a los y las finalistas. De los dieciséis envíos, hubo trece respuestas.⁹ Toda la documentación recibida se presentó en la muestra *The 1971 Miss General Idea Pageant Documentation*, en A Space, Toronto, del 24 al 30 de septiembre, para la cual produjeron la edición especial de *Artist's Conception: Miss General Idea 1971* [*La concepción del artista: Miss General Idea 1971*] que se ha convertido en un trabajo ícono del grupo, al utilizar la fotografía de una dominatrix travesti (encontrada en una revista) como imagen representativa de una reina de belleza. Esa acción y el concurso de las “misses” era una mascarada y “fetichización”, ya que General Idea le brindó una imagen y un concepto a la “Miss” portadora de su nombre, que era simultáneamente una musa y un objeto.¹⁰

9 Para *Tiempo Partido* se ha seleccionado solamente la documentación enviada por Marcel Dot, nombrado Miss General Idea 1971, y la de Janis Campbell, quien fue la única que en su respuesta manifestó de forma agresiva su descontento con el proyecto.

10 Frédéric Bonet, “Setting the Stage: Back to Reality!”, en *General Idea, Haute Culture A Restrospective, 1969-1994*. Zúrich: JRP Ringier, 2011, p. 15.



Respecto al evento fueron muchos los afiches, tickets, libretos y demás materiales de mano los que se produjeron. La ceremonia fue llevada a cabo por AA Bronson como presentador y las tres anteriores reinas de belleza dieron discursos: Mimi Paige, Granada Gazelle y Miss Honey. Más tarde Pascal –un travesti, la denominada quinta Miss General Idea que nunca llegó a ser coronada– cantó una serenata y los tres jueces nombraron a los tres finalistas de los trece concursantes: Margaret Coleman, Tina Miller y Marcel Dot (antes Michel Morris, uno de los fundadores de Image Bank). La fotografía enviada por Dot fue la elegida porque: “capturaba el “glamour” sin pretenderlo”. Después de ser proclamado *Miss General Idea 1971* cambió su nombre por Marcel Idea.

El título de Miss General Idea fue válido hasta 1984 cuando se erigió una estructura con el nombre *The 1984 Miss General Idea Pavillion* [*El Pabellón Miss General Idea 1984*] para que en ese espacio se realizara el concurso. El año 1984 se refiere a la famosa novela de George Orwell *1984*. Sobre esta idea temporal, AA Bronson comenta:

Lo pensamos como una especie de símbolo orwelliano del futuro, y creo que la fecha nos mantuvo unidos: siempre podíamos decir: bueno, es sólo por siete años más, o bueno, sólo faltan cuatro años, y así hasta que nuestra convivencia y trabajo en conjunto se había vuelto tan habitual que no sabíamos cómo hacer de otra forma. Éramos adictos a la intensidad de nuestra relación doméstica y de trabajo total.¹¹

25

A partir de ese momento, el colectivo realizó diversas acciones con la participación de la audiencia, situando al público como eje central o como parte de los performances, ya sea porque se le pedían determinadas acciones o porque era grabado o filmado. En este sentido, vuelve a ser como un doble espejo la idea de quién está representado y qué representa; quién hace el performance o es “performado”. Ese tipo de relaciones tan sutiles se dan con frecuencia dentro de sus proyectos de *Manipulating the Self (Phase 1 - A Borderline Case)* [*Manipulando el Yo (Fase 1 - Un caso limítrofe)*] (1970), para cuestionar y desestabilizar la noción de indeterminación que existe en la naturaleza, el arte y la sociedad, la cual se puede proyectar a los conceptos de identidad sexual y transnacionalidad que el grupo abordaba.

El año 1972 fue fundamental para General Idea pues inició *FILE Magazine*, un proyecto para crear una red de artistas dentro y fuera de Canadá. La revista fue única en su especie como proyecto de arte correo y sirvió a la escena canadiense para diseminar las propuestas que acontecían. Además la revista incluía un directorio para poner en contacto a la gente de distintos lugares y

11 Louise Dompierre, entrevista transcrita, Ciudad de Nueva York, 26 de julio de 1991: pp. 18-20, Serie de Manuscritos, Manuscritos para Publicaciones y Obras, fondos de General Idea, National Gallery of Canada Library and Archives, Ottawa.

contextos. A mediados de los años setenta *FILE Magazine* se centró más en los proyectos de General Idea, aunque siguió su relación con otros artistas, entre ellos Andy Warhol, quien los invitaría a presentar un proyecto para su revista *Interview*.

También fue el año de su primera exposición en una galería comercial, Carmen Lamanna Gallery en Toronto, que los representó hasta 1989. A partir de 1978 otras galerías presentaron su trabajo como Lucio Amelio, Stampa, Daniel Buchholz, Esther Schipper, Galerie Montenay y Mai 36 Galerie. La comercialización y el consumo están implícitos en su obra y en su crítica sobre todo por la manera en que los artistas manejaron sus relaciones con diferentes agentes y por la producción de ediciones, objetos, libros y obras de carácter más efímero.

Ese tema está claramente relacionado con el nacimiento de Art Metropole en 1974, espacio que se concibió para depositar el material de arte correo, los proyectos efímeros y otros objetos que General Idea recibía y coleccionaba. Surgió como una distribuidora, archivo y tienda sin fines de lucro, como alternativa a los pocos espacios institucionalizados del arte. Se reforzaba la idea integral y la estructura del grupo, como afirmó Felix Partz: “Su estructura y funcionamiento es parte integral de nuestro trabajo, de nuestro proyecto en general.”¹² Art Metropole es un proyecto vigente y se ha convertido en una importante institución, como capital simbólico y herramienta imprescindible en el panorama artístico de Toronto. Junto con una gran cantidad de propuestas e iniciativas artísticas, auspiciadas por el Canada Council, Art Metropole hizo que la escena se enriqueciera en aquella década. La primera Art Metropole se abrió en el General Idea Studio, en el 241 Yonge Street en Toronto. Su misión es “la documentación, el archivo y la distribución de todas las imágenes.”¹³

Art Metropole se convirtió en distribuidora de libros de artista, videos, piezas de audio, múltiples, carteles, escritos sobre nuevos medios y otras formas de arte como su colección de publicaciones de artista. En esta muestra se presentan los tres primeros catálogos, con su membrete y diseño especial, junto con revistas y varios *Art Metropole Annual Edition* más recientes. También hay propuestas de artistas, entre ellas las de Gilbert & George, Rodney Graham, Daniel Buren, Lawrence Weiner y Sherrie Levine. Sobre esta eclosión artística de independencia comercial AA Bronson manifestó:

12 *Ibid.*, p. 35.

13 Fern Bayer, Peggy Gale, Art Metropole, “Preamble,” *Digital Occasional Paper Núm. 1*, enero, 1971-abril 2006, 2, Art Metropole’s Publications and Events History with Related Ephemera, National Gallery of Canada Library and Archives, Ottawa, https://www.gallery.ca/images/content/artmetchron_e.pdf.

Trabajando juntos, y algunas veces por separado, buscamos estructurar, o más bien desenredar del espagueti pos-sesenta de nuestras mentes, a las galerías de artistas, los videos de artista y las revistas de artista. Esto nos permitió vernos a nosotros mismos como una escena de arte. Y así hicimos.¹⁴

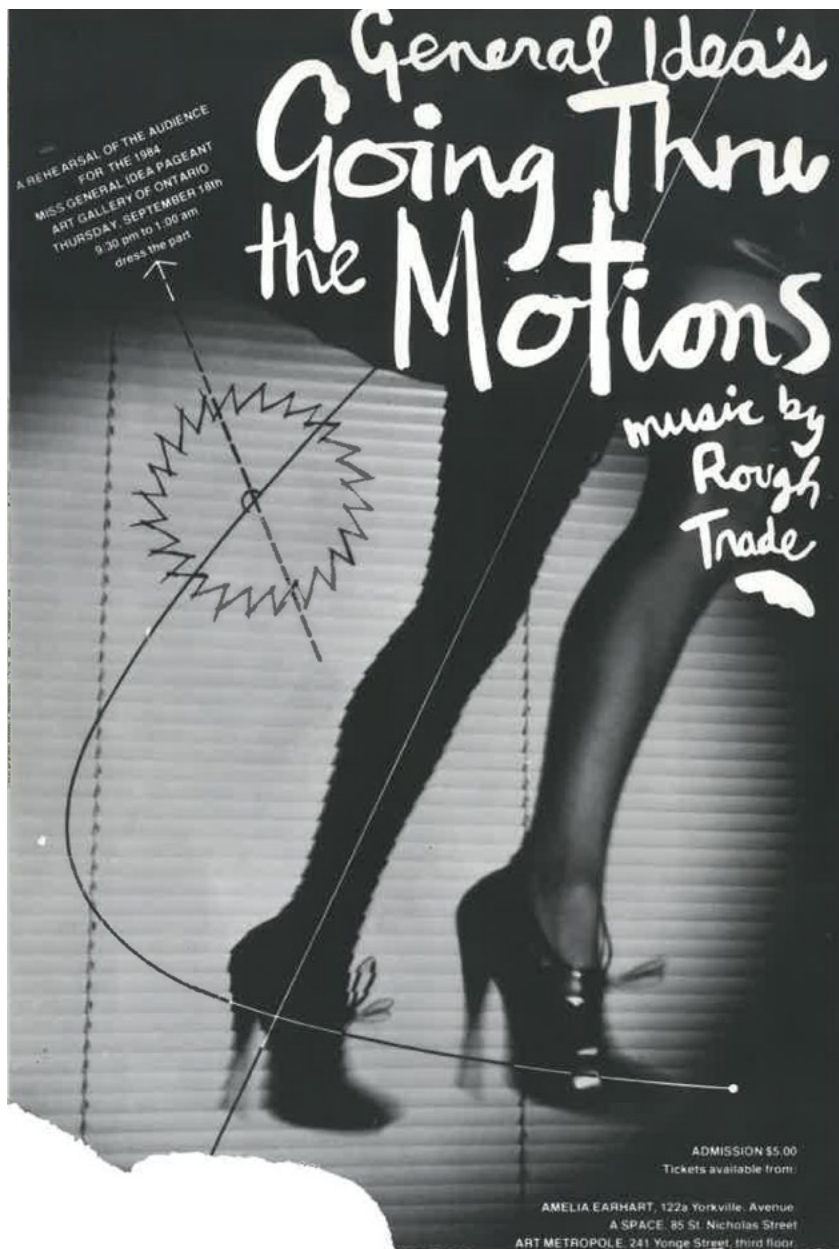
The 1984 Miss General Idea Pavillion se configura a partir de ahora como uno de los ejes fundamentales de su obra. Partiendo de los *Ziggurats Painting Series* [Serie de pinturas Zigurats] realizados anteriormente por Felix Partz, los artistas conceptualizan este Pabellón como reflejo de un lugar común, de una construcción futura para habitar y trabajar, con apartamentos, baños, mezzanine, estudios de artistas o incluso un espacio para Art Metropole.

Gran parte de la idea del pabellón como estructura se visualiza y se condensa en proyectos como el performance *Going Thru the Motions* [Yendo a través de los movimientos] (1975) en el Walker Court de la AGO, el 18 de septiembre de



Fotografía del performance *Going Thru the Motions*, 1975

14 AA Bronson, "The Humiliation of the Bureaucrat: Artist-Run Centres as Museums By Artists", en *Museums by Artists*, AA Bronson y Peggy Gale, eds. (Toronto: Art Metropole, 1983), p. 30.



Cartel para *Going Thru the Motions*, 1975

ese año, donde el grupo ensayó el concurso para observar cómo lo recibiría el público. De esta manera, los artistas desestabilizaron el tiempo y el marco referencial de actuación. Con el boleto de entrada, los espectadores recibían unos lentes llamados *The Censor Sunglasses* [Los lentes censores] para ver el performance. AA Bronson fungió como maestro de ceremonias y los otros dos artistas estaban vestidos de obreros o arquitectos. Uno de los actos más espectaculares del performance fue el desfile de belleza de los concursantes con los *V.B. Gowns*, es decir, los vestidos realizados con las persianas venecianas que sirvieron como modelo arquitectónico del pabellón de 1984. También hubo entrevistas televisivas durante los descansos del concurso, en las que el actor Whitney Smith platicó con diferentes personas borrando la frontera entre el público y el hecho artístico, entre lo real y lo ficticio.

Este performance junto con otras piezas se incluyó en la serie *Showcards* (1975-1979), un conjunto de 300 tarjetas, cada una con un texto y una imagen fotográfica, con la leyenda “THE 1984 GENERAL IDEA PAGEANT PAVILLION”. La serie también formó parte de una exposición en 1975. Las cartas se mostraban en cinco categorías: “The Search for the Spirit of Miss General Idea”; “The 1984 Miss General Idea Pageant”; “Miss General Idea 1984”; “The 1984 Miss General Idea Pavillion”; y “The Frame of Reference”. Esos conceptos y categorías temáticas son clave en las ficciones y la narrativa del colectivo durante los años setenta y la mitad de los ochenta.

El año 1977 es un punto de inflexión en el tiempo y en la carrera de General Idea. Como el propio título de su instalación asevera, *Reconstructing Futures* [*Reconstruyendo futuros*] (1977) edifica el futuro que nunca vendrá. Si bien *The 1984 Miss General Idea Pavillion* fue concebido para el concurso de belleza en 1984, será en 1977 cuando se documenten las ruinas del pabellón. General Idea recopiló el material de los performances y fotografió una estructura de zigurats en llamas; todo ello se presentó como las ruinas del pabellón. Ese cambio en los tiempos es una forma que la ciencia ficción ha utilizado en la literatura y el cine. En General Idea resulta sintomática la forma viral de su producción artística y la manera en que moldean el tiempo. El devenir del pabellón como ruina es explorado de forma histórica, como si se tratara de los vestigios de Pompeya: es un pasado enterrado que se presenta como perfecto lector de su tiempo. A partir de una catástrofe (el incendio), el hecho se convierte en mito.

29

Esta idea arqueológica de la representación de los vestigios también se observa en *Cave Canem: Calendar Wall Fragment from the 1984 Miss General Idea Pavillion* [*Cave Canem: Fragmento de calendario de pared del Pabellón Miss General Idea 1984*] (1984). Los días de un año son representados en una especie de friso romano con 1,984 perros de la raza *poodle* (caniche), un elemento que podría ser considerado cursi y femenino, a modo de reivindicación de una supuesta identidad travesti o *queer*. Ese friso se relaciona con la instalación *Mondo Cane Kama Sutra* (1984), ya que estas ruinas se inspiran en Pompeya. Son diez pinturas en las que tres *poodles*, en claro movimiento empático con los artistas, rememoran las poses de los frescos del lupanar de Pompeya, pero a partir de las narraciones del *Kama Sutra* como libro mítico y legendario de la sexualidad y el amor libre. En cada lienzo los animales están pintados en tres colores: naranja, amarillo y rosa fluorescentes, y formalmente provienen de los *Protractor* de Frank Stella, además de su propio video *Cornucopia* (1982), un documental ficticio que narra la historia de *The 1984 Miss General Idea Pavillion* y su destrucción por el fuego en 1977.

Con el paso del tiempo, los temas sociales con respecto al sexo y la raza aparecieron en los trabajos de General Idea de manera más abierta. Si los primeros trabajos abordaron hechos relativos a la identidad, el género, la mascarada y el travestismo, al pasar los años estos tópicos los trataron como



Mondo Cane Kama Sutra, 1984

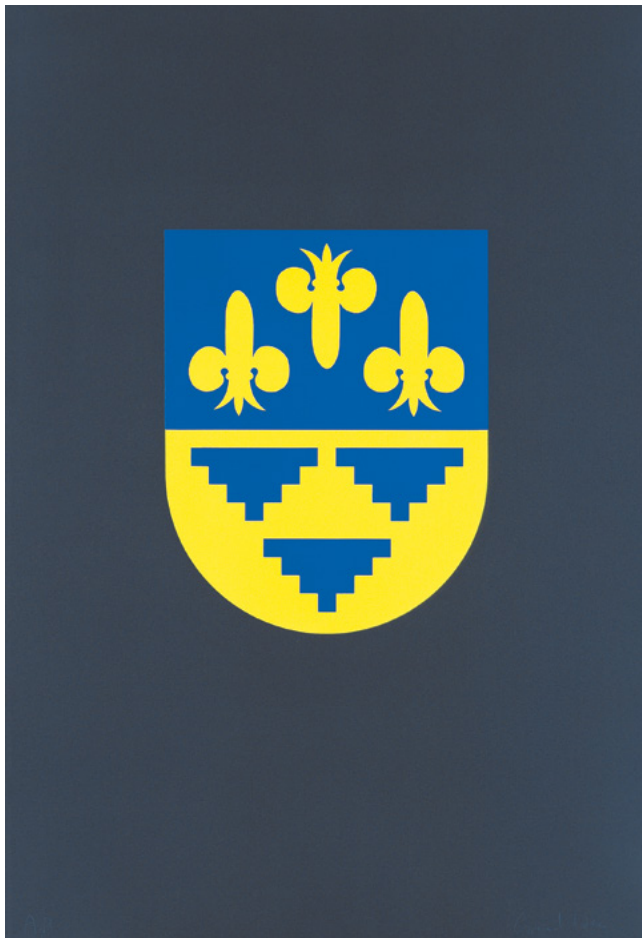
30

una postura política. Tal es el caso de los emblemas heráldicos del supuesto pabellón, titulados *Fear Management* [*Manejo del miedo*] (1987), una serie gráfica relacionada con la instalación *The Armoury of the 1984 Miss General Idea Pavillion* [*La Armería del Pabellón Miss General Idea*] (1985-1990). El colectivo sexualizó unos escudos históricos y, por ejemplo, en algunos de ellos las flores de Lis tienen una terminación en forma de pene, o hay calaveras y manchas que podrían ser premonitorias de la estigmatización del sida en años venideros.

La liberación sexual fue explícita en obras en las que el sexo y la raza se leen bajo conceptos derivados de las lecturas pos y descoloniales. Tal vez en el proyecto *El Dorado* (1992) –que lleva implícito a *Maracaibo* (1991)– hay una sensibilización de parte del grupo, ya que es el único trabajo realizado con fuentes y artistas de Latinoamérica.¹⁵ En esta época General Idea trabajó abiertamente el tema del sida por lo que estos proyectos junto a objetos como *Jockey Short Shopping Bag* [*Calzoncillos-bolsa de compras*] (1991/1998) conllevan un referente claramente homoerótico como forma de comunicación.

El Dorado son diez pinturas abstractas, con tonalidades que pueden simular la piel, al igual que el oro. El título refiere a la mítica ciudad de oro que enloqueció

¹⁵ Esta obra resulta de un viaje a Venezuela y por invitación de la galería Fúcares para presentar una exposición en Madrid, en 1992. En este mismo año presentaron en Barcelona una muestra con las grandes pastillas de *Pharmac@pia* (1992), con los colores de la bandera catalana.



a los conquistadores españoles en el siglo XVI. Tal vez es una analogía del mito de General Idea y sus proyectos: quizá nunca existieron físicamente pero se convirtieron en leyenda. La exposición en el Museo Jumex presenta nueve de las pinturas, en las que por medio de la técnica del puntillismo se observan unas tonalidades de piel correspondientes al mestizaje de América.

El título de cada obra refleja el producto del mestizaje, de la misma manera que las diez impresiones de *Maracaibo*. La edición reproduce imágenes fotográficas de un álbum inédito que perteneció a un hombre que murió de sida en Caracas en 1988. Las imágenes muestran fotos de un cuaderno abierto, donde se ven hombres desnudos, la mayor parte de ellos militares y de diferente estrato social y color de piel. Cada una de las piezas de *Maracaibo* tiene un título diferente que recuerda las antiguas pinturas de castas que plasmaron el mestizaje: a) “De español y de indio nace mestizo”, b) “De español y de negro sale mulato”, c) “De negro e indio sale lobo”, d) “De mulato y mestizo sale cuarterón”, e) “De lobo e indio sale sombujo”, f) “De cuarterón y mestizo nace coyote”, g) “De morisco y español sale albino”, y h) “De coyote y morisco sale albarazado”.

Sobre este trabajo se consignó:

32

[L]os tres [integrantes del colectivo] examinaron minuciosamente fragmentos de este collage genético cultural que es el negro, el indio y el blanco. Sus lecciones fueron acompañadas por catálogos de matices de piel tropical, del marfil al ébano pasando por muchas sutilezas acaneladas. Esos matices serían ilustrados en una serie de fotos abandonadas y salvadas de una destrucción fugaz por la sabiduría de Miss General Idea.

Cada atardecer reconstruían el delirio de sus sueños en series de relatos en que las diferentes razas se daban la mano y llegaban a acuerdos mutuos. Sentados en la terraza del Maracaibo Hilton, mordisqueando un fruto tropical, [a los artistas] los entretienen emocionantes telenovelas venezolanas. Sus tres siluetas se perfilan contra las tomas petroleras que derraman oro negro y en complicidad con la puesta del sol aluden a los enigmáticos devaneos de Miss General Idea.¹⁶

La ironía y el humor se convirtieron en rabia y guerrilla a partir de finales de los ochenta. AA Bronson y Jorge Zontal vivieron en Nueva York de 1986 a 1993, y Felix sólo estuvo ahí de manera intermitente, ya que trabajaba desde Toronto. Son los años de la crisis del sida y de la representación de la enfermedad, cuando los colectivos afectados por la enfermedad eran atacados por el

16 General Idea, “El Dorado (Maracaibo)”, en *El Dorado (Maracaibo)*, Catálogo de la exposición. Madrid: Galería Fúcares, 1992.



Imagevirus, 1989-1991

conservadurismo. En estos años más que nunca el tiempo de General Idea va y viene. Realizaron obras sobre su realidad y cotidianidad en forma de un nuevo calendario –a partir de la dosis de AZT, el medicamento que Partz y Zontal debían tomar diariamente– donde el tiempo se convierte en contra-virus.

En esta etapa final, la exposición del trabajo de General Idea es mayor en formatos, lugares y tiempos. Un ejemplo es el de los tapices y carteles de *AIDS* pegados en varias ciudades (Nueva York, San Francisco, Toronto y Berlín) en muros, autobuses y el metro; además de camisetas y bolsas, entre otros objetos. El virus en forma “burroughsiana” toma todo, incluso el tiempo. Esa idea se recoge en la serie *Imagevirus* (1989-1991), un conjunto de cinco fotografías que da cuenta de esta idea virulenta de la imagen y del proyecto. Una de las obras públicas con mayor difusión, y que toma el medio como modo en el mensaje, es una animación generada por computadora que se mostraba en la gran pantalla Spectacolor en Times Square. A partir del regreso del grupo en 1993 a Toronto y de la muerte de Partz y Zontal, en 1994, General Idea ha conseguido convertirse –al igual que sus “misses”, el pabellón, sus logos y ediciones– en un colectivo mítico dentro del mundo del arte. Ha sido y sigue siendo referente indiscutible de infinidad de artistas de diferentes épocas, estilos y contextos, traspasando el mito del grupo a través de esas puertas giratorias para entrar una y otra vez; en cada vuelta crece el mito de General Idea que siempre mira al futuro.



PARAFERNALIA

Gabriel Villalobos

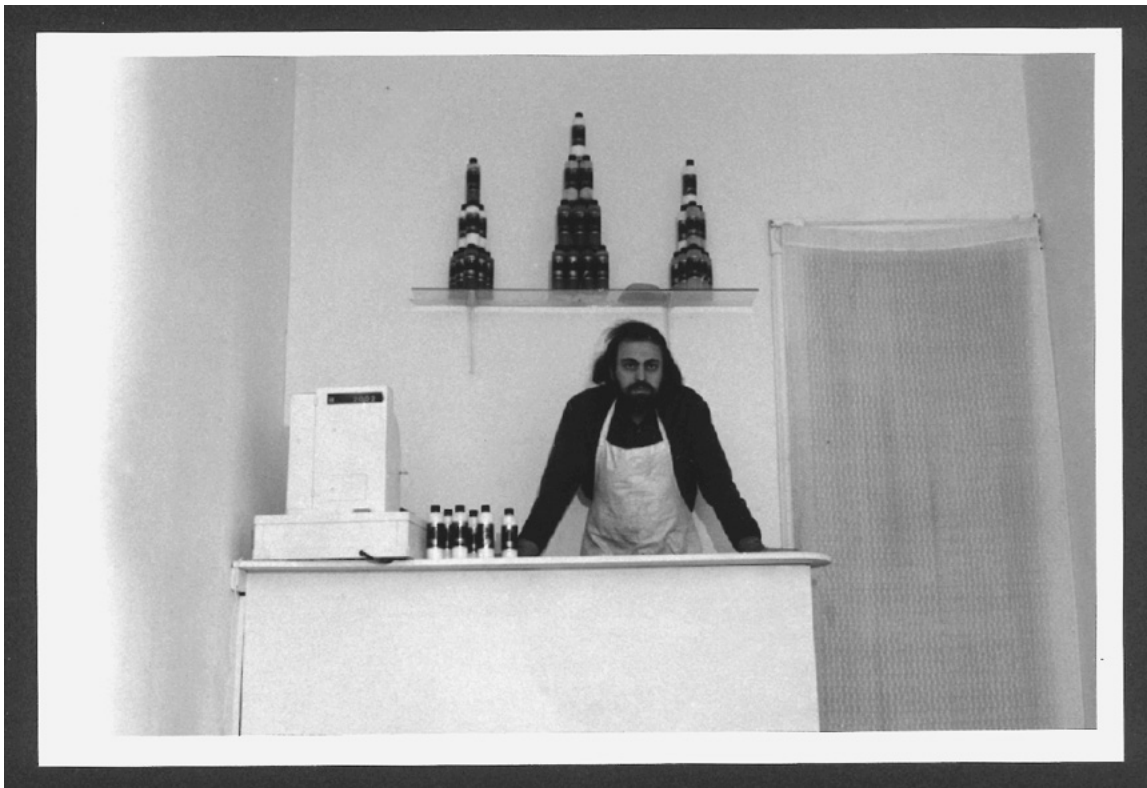
La octava edición de la revista *FILE Magazine*, publicación periódica de General Idea editada entre 1972 y 1989, incluye un texto que puede entenderse como un manifiesto sobre la producción artística de los tres integrantes del colectivo. Este ensayo titulado “Glamour”—mismo nombre de esta edición de 1975— presenta la visión de Felix Partz, AA Bronson y Jorge Zontal sobre su identidad como artistas. Retomando ideas de William S. Burroughs, Roland Barthes y otros autores, el texto construye esta identidad en relación con el *glamour* desdibujando la frontera entre la realidad y el mito, y evidenciando un profundo interés por la fabricación de identidades en la cultura popular contemporánea y los medios de comunicación masiva.

La identidad artística de General Idea fue determinante para las estrategias de producción de su trabajo. Una de estas estrategias involucró una compleja relación entre la cultura del consumo y el mercado. Ésta se desarrolló en forma de ediciones y múltiples que a lo largo de 25 años incluyó libros, postales, pines, anillos, parches de felpa, entre otros innumerables objetos. También tomó la forma de instalaciones semejando comercios o tiendas *pop-up* (en donde estaban a la venta estos objetos), así como la apropiación de medios como la televisión y el formato de revista.

Su postura crítica sobre el consumismo estuvo presente desde el inicio de su colaboración, durante la época en la que vivieron juntos en una casa con otros dos amigos en Toronto.¹ Entre 1969 y 1970 crearon escaparates falsos en el frente de la casa, con un anuncio permanente en el que aseguraban que el encargado de la tienda regresaba en 5 minutos. Estos despliegues mostraban en un principio objetos encontrados, después incluyeron objetos producidos por los artistas, enmarcados con una temática para cada exposición. Montajes de ambientes más ambiciosos, como *Belly Store* [*Tienda de panzas*] (1969), se expandieron a la sala de la casa e implicaban una combinación más compleja de exposición, instalación y performance —sin dejar de involucrar la producción de objetos en relación con el comercio y el consumo.

35

1 Fern Bayer, “Uncovering the Roots of General Idea: A Documentation and Description of Early Projects, 1968-1975”, en Fern Bayer, *et al. The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 29, 32.



Belly Store, 1969

36

El desarrollo de los concursos de belleza y otros proyectos performativos durante la década de 1970 incitó la producción y circulación de objetos. Por ejemplo, *Hand of the Spirit* [La mano del espíritu] era un accesorio representando una mano estilizada, portado por el concursante ganador de *The 1971 Miss General Idea Pageant* [Concurso Miss General Idea 1971], después apropiado y exhibido en otras obras. *The Censor Sunglasses* [Los lentes censores] se entregaron al público durante el performance *Going Thru the Motions* [Yendo a través de los movimientos] (1975). Más que utilizarlos o accesorios, estos objetos constituían el motivo estético de los proyectos y fueron aprovechados para permear otros medios visuales.

Los primeros ambientes de General Idea dieron pie a la producción de varias instalaciones de tiendas, empezando con *The Boutique from the 1984 Miss General Idea Pavillion* [Tienda del Pabellón Miss General Idea 1984] creado en 1980.² Era un aparador con forma de signo de dólar; en su interior se mostraban y ofrecían a la venta varios de los múltiples y publicaciones tempranos de General

2 Esta obra evoca experimentos que los artistas habían realizado anteriormente, por ejemplo, *The Store* [La tienda] (1961) de Claes Oldenburg. Desdibujando la frontera entre instalación y tienda *pop-up*, *The Store* ocupaba el frente de un local en Nueva York en donde Oldenburg ponía en venta objetos hechos a mano en yeso y tela. Otro precedente importante es el trabajo de Fluxus. El Fluxhall, espacio abierto por George Maciunas en Nueva York en 1963, funcionaba lo mismo como una sede para performance que como tienda *pop-up*. Las *Yearboxes* y los *Fluxkits* eran cajas o maletas adaptadas que contenían objetos creados como ediciones por los artistas relacionados con Fluxus; estas minicolecciones presentaban la obra de arte como objeto de consumo.

Idea (muchos generados a partir de la obra en video *Test Tube* [*Tubo de ensayo*] (1979), y de la mítica destrucción del 1984 *Miss General Idea Pavillion* [*Pabellón Miss General Idea 1984*]). A ello siguió la pieza *¥en Boutique* [*Tienda ¥en*] (1989) y *Boutique coeurs volants* [*Tienda de volantes de corazones*] (1994/2001) —obras que implementaban intenciones similares. Conforme se fueron exhibiendo estas instalaciones en espacios museísticos, fueron revelando la complicada relación entre las instituciones de arte y el comercio.³ También consolidaron la identidad de General Idea como una especie de marca, evidenciando así un entendimiento crítico del artista como productor de mercancías.

El trabajo relacionado con la crisis del sida, desde fines de los años ochenta hasta la muerte de Partz y Zontal en 1994, también involucraba múltiples, mercancía y otros formatos reproducibles en estas instancias estableciendo una conexión entre la crisis y el mercado por medio del concepto del virus.⁴ Temáticas relativas al cuidado de la salud, la visibilidad de la identidad homosexual y el sida se exploraron con dijes, globos, pastilleros y demás parafernalia. Partiendo de la idea de la imagen como una forma de virus, este cuerpo de trabajo complica la relación entre mercancía, historia del arte, diseño gráfico y activismo.

Su interés en los múltiples y en los medios de reproducción estaba también nutrido por las condiciones económicas y materiales en las que trabajaban los artistas contemporáneos en Canadá a finales de la década de 1960 y durante los años setenta; así como de las ideas de pensadores como Marshall McLuhan y William S. Burroughs.⁵ Los medios como carteles, revistas, libros de artista y videocasetes le permitieron a artistas de recursos limitados diseminar su trabajo, y constituyeron la forma de abordar las implicaciones de los medios masivos de comunicación y la cultura consumista.

La consolidación de una red de artistas emergentes mediante los proyectos de arte por correo y *FILE Magazine* llevó a General Idea a fundar Art Metropole en 1974. Es un espacio operado por artistas que todavía ocupa un lugar central en la

3 AA Bronson, "Copyright, Cash, and Crowd Control: Art and Economy in the Work of General Idea", en Barbara Fischer (ed.), *General Idea Editions, 1967-1995*. Mississauga: Blackwood Gallery, University of Toronto, 2003, pp. 25-26.

4 "A fines de la década de 1980, cuando la palabra *virus* se convirtió en una intervención literal en nuestras vidas, [...] hemos revisado estos métodos de acuerdo con las épocas: intentamos darle a la imagen de nuestro logotipo de AIDS algo del flujo de sangre de los sistemas de comunicación, publicidad y transporte", AA Bronson, "Myth as Parasite/Image as Virus", en Fern Bayer, *op. cit.*, p. 20.

5 "Al utilizar la distribución y la comunicación como formas mediáticas para las masas y, específicamente en el mundo de la cultura, pudimos infectar el flujo reinante con nuestras mutaciones y expansiones del tejido social. Después del ejemplo-ficción de Burroughs, empezamos con proyectos utilizando el correo y después pasamos al formato de las revistas de noticias para perfeccionar nuestro método.", AA Bronson, *op. cit.*, p. 18.

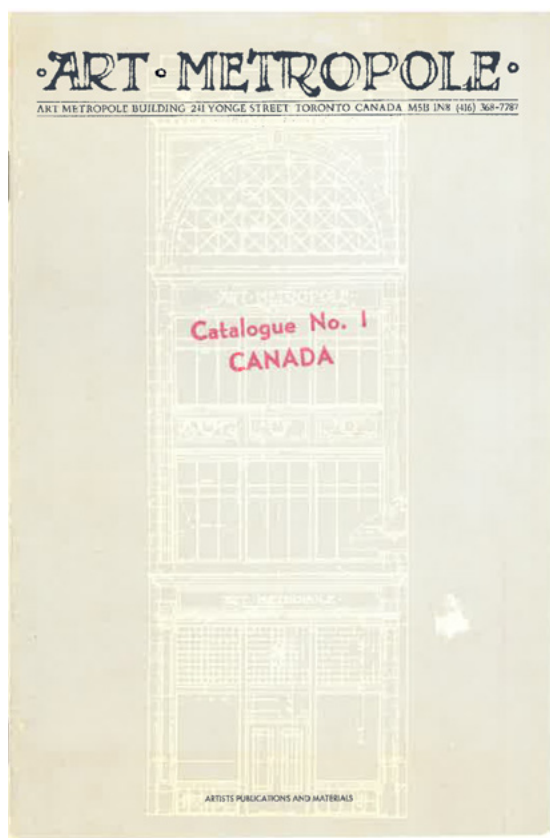


Anillo *AIDS*, 1993/1996

Prendedor *Pla©ebo*, 1991/1996

escena del arte contemporáneo canadiense. Art Metropole ofreció una plataforma alternativa para la exposición y divulgación del arte en video, los libros de artista y otros formatos experimentales.⁶ Notablemente, también era un espacio para la venta de múltiples y pronto se formó un archivo vivo que ha preservado el legado de obra producida en estos formatos.

Como señala Friedemann Malsch, “se debería hacer una distinción en este contexto entre los múltiples editados en cantidades limitadas y las ediciones que refieren a los formatos de los medios masivos, por ejemplo, libros, postales y tarjetas de felicitación, *FILE Magazine*, así como audio/videocasetes. En general, puede decirse que mientras más se acerca una obra a la definición tradicional de una ‘obra de arte’ es más probable que se produzca en cantidades limitadas.”⁷ A pesar de esto, ambas categorías reforzaron la importancia de tales medios como alternativas legítimas para la materialización y divulgación del arte, desafiando la distinción entre obra de arte, mercancía y documentación.



Primer catálogo de Art Metropole, 1974

- 6 “[Una] agencia de colecciones dedicada a la documentación, el archivo y la distribución de todas las imágenes[...] Art Metropole intenta mantenerse al corriente del flujo, albergando y distribuyendo evidencia de su actividad e imaginario: *megazines*, publicaciones, videos, correspondencia, fotografías casuales, memoria y sangre efímera.” General Idea, *FILE Magazine*, “Mondo Nudo Issue”, vol. 2, núm. 4 (diciembre, 1973), como lo cita Fern Bayer, *op. cit.*, p. 101.
- 7 Friedemann Malsch, “The Other Reality: The Multiples of General Idea”, en *General Idea's Fin de Siècle*. Stuttgart: Württembergischer Kunstverein, 1992, pp. 29-30.

Probablemente evocando el interés de Fluxus en promover que el coleccionismo de arte fuera algo accesible, e incluso portable, los múltiples y las instalaciones-tienda de General Idea conforman una transformación crítica de la obra de arte en un objeto comercial. De hecho, con el creciente reconocimiento de General Idea, y la eventual muerte de dos de sus integrantes, sus múltiples y ediciones se han convertido en objetos de colección. Se pone de manifiesto entonces una conexión adicional entre la colección y el archivo, en la medida en que su extensa producción de parafernalia, desde cartas hasta carteles y mercancía, ahora forma parte de importantes colecciones.⁸

En este sentido, la parafernalia de General Idea restablece el vínculo del coleccionismo contemporáneo del arte con sus orígenes históricos, más cercanos a la vida privada y abarcando todo tipo de cosas. Al ser mucho más que obras derivadas, o piezas secundarias —en relación con la obra creada en formatos más reconocibles como la pintura, el video o la instalación— estos objetos materializan una práctica artística expandida que se relaciona ingeniosamente con su contexto. Los múltiples y las ediciones creadas por General Idea, y sus infiltraciones en el consumismo, revelan una interconexión profunda entre el arte y los objetos que nos rodean y conforman nuestra cultura.

8 “Para nosotros, el tema del archivo —Art Metropole— fue un componente muy importante del *Pavillion*, el archivo y la red de relaciones que establece.” General Idea, “Backstage at the General Idea Pavillion”, p. 3, como lo cita Fern Bayer, *op. cit.*, pp. 101-102.

En 1999, la amplia colección de Art Metropole fue donada a la National Gallery of Canada; una selección de documentos de General Idea provenientes de este archivo están incluidos en esta exposición. En 1995, un año después de la muerte de Partz y Zontal, AA Bronson dio autoridad a la historiadora de arte Fern Bayer sobre el patrimonio de General Idea constituyendo una de las colecciones más significativas de su trabajo, que incluye importantes obras originales de las ediciones en serie.



ESPECTROS DE UN VIRUS

Francesco Scasciamacchia

Veinte años después de haberse fundado el colectivo General Idea, en 1969, los artistas conceptuales AA Bronson, Felix Partz y Jorge Zontal se enfrentaron a la crisis del sida. Los tres vivían en Nueva York y Toronto, y en poco tiempo dos de ellos contrajeron el virus. Su respuesta frente a la emergencia de aquello que se convertiría en una epidemia mundial fue una obra de arte. En 1987 tomaron la letras del acrónimo A-I-D-S (sida, por sus siglas en inglés), y las reacomodaron en forma de un logotipo que replicaba la famosa pieza *LOVE*, hecha por el artista estadounidense Robert Indiana en 1966.

El logo fue producido por primera vez para un evento benéfico “Art against AIDS” (Arte contra el sida) que tuvo lugar en Nueva York en junio de 1987. Esta primera obra, *AIDS [SIDA]* (1987), fue presentada como pintura de acrílico sobre lienzo; poco tiempo después la idea se expandió en escala y formato entre 1987 y 1994. Por ejemplo, una serie de seis pinturas de más de 2.43 metros cuadrados y 3.65 metros cuadrados se exhibieron en Nueva York en la Koury Wingate Gallery; y en noviembre de 1987 se crearon carteles con el logo de *AIDS* que se colocaron en las calles de la zona sur de Manhattan; en enero de 1988 esos mismos carteles cubrieron cuatro muros de la galería Artspace en San Francisco, así como en las calles del distrito Castro; en mayo del mismo año, los carteles aparecieron por todas partes en Toronto: en los distritos con residentes homosexuales y en los dedicados al arte; sobre una ventana de la Art Gallery of Ontario; en The Power Plant; en la librería Pages; en la galería YYZ y en el vestíbulo de MacDonald Block.

En este mismo formato, el logo tomó las calles y espacios públicos en Francia, Alemania y Estados Unidos. En 1988 apareció en la portada de *Ontario Dentist* en noviembre, y fue publicado por la revista *Parkett* como una serie de estampas. En 1989 el logotipo tomó forma de un anuncio de Spectacolor en Times Square. En 1991 se convirtió en una escultura a gran escala de metal situada en una calle de Hamburgo. Desde entonces y hasta 1994 —año en el que Felix y Jorge murieron de sida— apareció en numerosas revistas (como insertos, anuncios y portadas); así como en videos, playeras, anillos y mascadas.¹

1 Para un recuento sobre los diversos formatos en los que se produjo el logo de *AIDS*, ver el ensayo (sin título) de Allan Schwartzman publicado en *General Idea: The AIDS Project*. Toronto: The Gershon Iskowitz Foundation, 1989, pp. 5-15; citado en Gregg Bordowitz, *General Idea. Imagevirus*. Londres: Afterall Books, 2010, p. 1.



Imagevirus, 1989-1991

Los diversos formatos y escalas que fue tomando el logotipo, así como la pluralidad de sitios que invadió (calles, galerías, revistas y publicidad), establecían un paralelo con la capacidad mutable de un virus: la gran cantidad de formas que puede asumir y los múltiples órganos del cuerpo humano que puede atacar. La fluidez de un virus y su habilidad rapaz para moverse de una parte del cuerpo a otra, para transmitirse de un cuerpo a otro, son especialmente pertinentes en el caso del sida, sobre todo a finales de la década de 1980 cuando su forma e importancia aún habrían de ser comprendidas.

El logo *AIDS* de General Idea era una tentativa por interpretar lo incomprensible: “(...) la aparición de la enfermedad; la razón por la que se convirtió en una crisis y cómo ésta afectó la vida de los tres artistas del colectivo.”² En su trabajo anterior a esta problemática, General Idea utilizaba el lenguaje como material, jugando con su inestabilidad en el proceso de dar significados. Ellos jugaban con el lenguaje particularmente cuando estaba construido por los medios de comunicación o por otras autoridades —como los doctores o el Estado—, en función de manejar las “crisis” o los momentos de incertidumbre en la historia. De otra manera, estos acontecimientos —de no ser regidos por esa lengua “oficial”— podrían permanecer abiertos a la generación de significados autogenerados por las acciones y los sentimientos de la sociedad civil antes de que éstos se establecieran en el lenguaje, es decir, con una forma fija.

45

General Idea no busca distanciarse de las formas de articulación de significados en el lenguaje, sino que intenta infiltrar acciones que perturben la formación interna de los códigos de la lengua. Como un virus que desestabiliza la fuerza orgánica de un cuerpo, y sentencia a todo el organismo en un estado precario siendo al mismo tiempo el mismo y diferente, las muchas repeticiones del logo *AIDS* toman una forma diferente en cada nueva aparición, así que cada forma genera a su vez un significado diferente. El escritor estadounidense, artista y activista, Gregg Bordowitz, quien trabajaría durante la época de la crisis del sida, señaló:³ “La primera idea que guió sus decisiones sobre *Imagevirus* era la del virus. El sida como una repetición sin sentido, una autorreproducción automática, [...] una unidad infinitamente repetible y equivalente tanto en uno como en todos. En cada nueva célula infectada por el virus, continua generándose más y más.”⁴

2 Gregg Bordowitz, *op. cit.*, p. 4.

3 Aunque el título *Imagevirus* se refería a una serie de cinco ediciones usando el logo *AIDS* (1989-1991), Bordowitz lo usó para hablar del cuerpo de obra de General Idea que estuviera relacionado con la temática del sida.

4 *Ibid.*, p. 11.

El colectivo estaba influenciado por la literatura experimental, particularmente por autores como Gertrude Stein y William S. Burroughs. Estos escritores intentan irrumpir la coherencia narrativa lineal a través de la repetición y la producción en serie, enfocándose en lo desconocido y lo indescifrable como elementos constitutivos de la vida del hombre. Como en estas formas de poesía y cuentos de narrativa experimental, el colectivo canadiense buscó representar no la realidad ni su alteración, sino una decodificación de la misma.

Estos actos de interpretación no se enfocan en el contenido del lenguaje como lo articulan los medios, en cambio, operan sobre el efecto de penetración e instigación del medio de comunicación en sí, dentro del imaginario colectivo. Esta visión se deriva de la influencia del sociólogo, filósofo y crítico literario canadiense, Marshall McLuhan, en la práctica de General Idea: tal como señalaba en su famosa frase: “El medio es el mensaje.”⁵

Esta concepción de la comunicación es necesaria para comprender por qué el colectivo canadiense no se infiltró específicamente de manera activista con la crisis del sida, como lo hicieron tantos grupos de artistas en Nueva York a finales de la década de 1980.⁶ Más que abandonar el arte en favor del activismo, General Idea siguió produciendo lo que a muchos artistas de su tiempo les parecían formas “irrelevantes”, como ejemplo de “arte desintegrado”. Como confesó AA Bronson, refiriéndose al colectivo: “Habíamos abandonado nuestras raíces de *hippies* sobre el idealismo heterosexual; abandonamos toda creencia compartida sobre la posibilidad de cambiar al mundo por medio del activismo, la manifestación, por cualquier método que habíamos ya intentado en los años sesenta, pues todos

5 Una exhaustiva relación sobre las diversas influencias teóricas y literarias en la obra de General Idea se encuentra en: AA Bronson, “Myth as Parasite/ Image as Virus, General Idea’s Bookshelf from 1967-1975” en *The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 17-20. Entre otros títulos que enriquecen la relación con McLuhan se sugiere: Marshall McLuhan y Quentin Fiore, *The Medium is the Message*. Nueva York: Bantam Books, 1967.

6 Había varios grupos activistas en Nueva York, y la mayoría involucraban artistas cuyas prácticas activistas respondían a la falta de acción gubernamental. Ver, como ejemplo, ACT UP (AIDS Coalition to Unleash Power), fundado en 1987 como un grupo militante de acción-directa contra la pasividad del gobierno; el colectivo Gran Fury —parte de ACT UP— enfocaba sus actividades en crear carteles para informar a la opinión pública; DIVA (Damned Interfering Video Activists), actuando como el arma documental de ACT UP. La MHA (Metropolitan Health Association) creó carteles explícitos y los colocó en el metro de Nueva York para educar al público sobre la forma correcta de ponerse un condón o cómo esterilizar agujas. Para un recuento más exhaustivo sobre el tema, ver: Gregg Bordowitz, *General Idea. Imagevirus*. Londres: Afterall Books, 2010; y Douglas Crimp, “AIDS: Cultural Analysis/Cultural Activism”. Cambridge (MA): *October*, Vol. 43 (Invierno, 1987), pp. 3-16.



Calcomanía AIDS, 1989

habían fracasado.” Continúa: “Entonces abandonamos, *bona fide*, el terrorismo cultural, sustituyéndolo por métodos virales.”⁷ Se tomó prestada la idea de Burroughs del virus como una fuerza creativa,⁸ entendiendo por “métodos virales” un proceso de vida “como parásitos sobre el cuerpo (del) anfitrión.”⁹ Siendo anfitrión, de forma alternativa, la estructura de la sociedad, sus medios de comunicación, el arte y, en igualdad de importancia, el cuerpo humano.

La idea de un virus sirvió para describir la realidad de una enfermedad como el sida, en tanto una condición para ver el mundo de forma creativa. En tal caso, la epidemia no podía ser simplemente “un objeto científico (sino) también, un sujeto histórico, —‘un virus de inmunodeficiencia humana’—; una verdadera fuente de enfermedad y muerte que podía transmitirse de una persona a otra en ciertas condiciones en las que —individual y colectivamente— podíamos influir.”¹⁰ La concepción del virus del sida como indescifrable, e incontenible por la ciencia, ayudó a combatir la historia oficial de la epidemia ligando su diseminación con

7 AA Bronson, *op. cit.*, p. 18.

8 *Idem.*

9 *Ibid.*, p. 18.

10 Paula A. Treichler, “AIDS, Homophobia, and Biomedical Discourse: An Epidemic of Signification”. Cambridge (MA): *October*, vol. 43 (Invierno, 1987), p. 69.



la moralidad. A fines de la década de 1980 y principios de los años noventa, en Estados Unidos, una agenda política conservadora —preocupada por la protección de una hetero-normatividad centrada en el hombre blanco, y la opinión de la sociedad burguesa— estigmatizó a homosexuales, drogadictos, personas de color y gente pobre, como “grupos de alto riesgo”.¹¹

El trazo de mapas estadísticos de “categorías” sociales de alto riesgo mostró que la promiscuidad sexual era la causa principal de la propagación del virus. Esto abrió la puerta a los medios de comunicación principales y conservadores (políticos, científicos y académicos) para concluir que el sida era “una fuerza ajena determinada a borrar la población humana, o tal vez solamente a grupos específicos.”¹² La crisis del sida también tenía injerencia sobre las políticas de identidad. Era una lucha social, política y —no menos importante— una batalla lingüística en busca de identidad: la lucha por darle una identidad al virus y una capacidad de representación.

11 Esta homofobia de finales de la década de 1980 explotó a raíz del contexto más tolerante que caracterizaría a la década anterior. A fines de 1970, el Lesbian and Gay Liberation Movement (Movimiento de Liberación Lésbico Gay) tuvo gran éxito en la concientización sobre la diversidad de la sexualidad humana.

12 Gregg Bordowitz, *op. cit.*, p. 22.

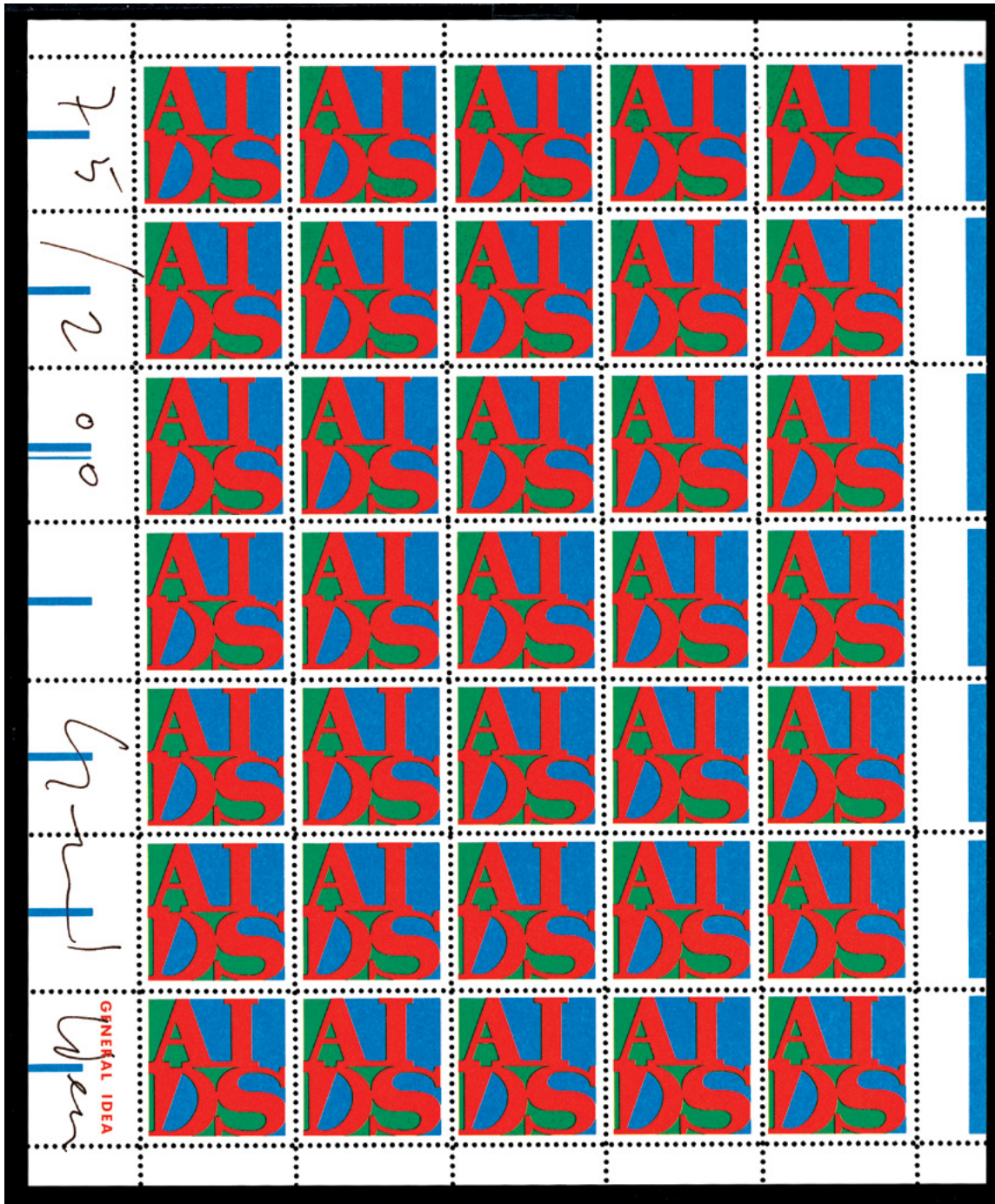
Es dentro de esta batalla lingüística donde General Idea inserta su “táctica viral”, afirmando por principio que la vida con sida es una realidad irrepresentable. Afecta a cada persona de forma distinta: sus sentimientos, emociones y los cambios subsecuentes en cada cuerpo. La epidemia es una situación colectiva, pero también una experiencia individual. Como tal, es imposible describirla con objetividad por medio de los parámetros científicos universales de una ciencia que agrupa al individuo como sujeto bajo el encabezado de un virus particular. En contra de la narrativa oficial histórica, la epidemia no es exclusiva a grupos sociales específicos: es un virus, o más bien, varios virus que invaden una multiplicidad de identidades.¹³

La imposibilidad de construir una narrativa definitiva para la crisis del sida (tanto en términos de política de identidad como una interpretación científica lineal) está bien representada por una de las formas que asumió el logo *AIDS*. *AIDS [SIDA]* (1989) era una escultura laqueada con plata metálica (basada en el acabado de un Porsche plateado) instalada en una de las principales avenidas comerciales en Hamburgo, Alemania, entre octubre de 1991 y febrero de 1992.

AIDS es un obra de arte que existe de forma fija y sólida: es una escultura en metal. Al mismo tiempo también es “un modelo-artístico” permeable. Mientras que la mutabilidad y dispersión se habían manifestado a través de diferentes formas, escalas y colores del logo, esta pieza incluye un grado de interactividad con el público. Gracias a su emplazamiento sobre una calle con mucho flujo de gente en el centro de esa ciudad alemana se convirtió en parte del espacio público; y, por lo tanto, también estaba sujeta a ser intervenida con grafiti por algunos transeúntes. Esta escultura y sus subsecuentes modificaciones hechas por el público abren el logo *AIDS* como un espacio de significados compartidos o contestatarios del virus.

El contraste entre las siglas “científicas” que dieron nombre al sida y la variedad de respuestas a la escultura hechas por la gente de la ciudad (se puede leer, por ejemplo: “No solamente los gays y los negros tienen sida: encuentren la cura;” o “amor es todo lo que necesitas”) indica la idea del medio y su formato como un contenedor vacío. La forma podría existir sin representar ni contener significados fuera de su propio medio (una escultura). Simultáneamente, permanece abierta una pluralidad de significados, nunca reagrupados bajo un sentido definitivo.

13 Gregg Bordowitz se refería a los “grupos de alto riesgo” como: hombres homosexuales, drogadictos, personas de color y gente de bajos recursos económicos: “estas divisiones son términos de exclusión artificialmente contruidos. Por ejemplo, la pobreza es —desproporcionadamente elevada— entre la gente de color, pero esto no significa que la pobreza sea una condición racial por esencia. Podía haber una mujer negra, homosexual, drogadicta. O podías tener SIDA sin formar parte de alguno de los grupos de alto riesgo.”, en: *General Idea. Imagevirus*. Londres: Afterall Books, 2010, p. 9.



Esta idea es paralela a la posición de General Idea en relación con las políticas de identidad, como *queer* (un término que rechaza la clasificación de identidades sexuales, pero que más bien vence tal clasificación de identidad en favor de una noción más inclusiva, oblicua y transversa de la sexualidad).¹⁴ En un entrevista reciente, AA Bronson declaró: “El concepto de lo gay es, por supuesto, una invención modernista y la palabra *queer* es una tentativa por evitar las limitaciones de esa palabra. [...] Al final, hemos usado la palabra *queer* para incluir toda clase de marginalidad y desentendimiento en sociedad.”¹⁵

Exponer y abordar temáticas en torno al sida en la actualidad —cuando dos de los miembros de General Idea, Felix Partz y Jorge Zontal, han muerto por causa del virus en 1994 y siendo AA Bronson el único sobreviviente y portavoz del colectivo— es una historia diferente. Vivir con el virus hoy en día significa experimentar la repetición cotidiana de una vida a base de pastillas que hay que llevar consigo y viajar con ellas a cualquier sitio; significa tomarlas diariamente; enfrentar la realidad en la cual el cuerpo cambia debido a los efectos de la cura; es mirarse al espejo y descubrir una nueva persona; significa ser accesible y aceptar muchos experimentos médicos; es reconocer el cuerpo propio como un campo de prueba cuya finalidad está en demostrar su eficacia. Saber que probablemente no morirás pronto —“puedes vivir como una persona normal”—, pero obligado a vivir con el sonido, el olor y el sabor de las pastillas (tomándolas a diario en una hora fija). Esto quiere decir vivir un día, un año o el resto de la vida con AZT —medicamento anti-VIH que reduce la cantidad de virus en el cuerpo (como lo representa GI con modelos gigantes de las cinco píldoras que hay que tomar todos los días en las obras *One Day of AZT* [*Un día de AZT*] (1991); o bien, las 1,825 pastillas que se ingieren durante un año: *One Year of AZT* [*Un año de AZT*] (1991).

En la exposición de General Idea en el Museo Jumex se presenta la segunda parte de la producción del colectivo (1987-1994) relativa al tema del sida. Entre otras obras están *Imagevirus (Posters)* (1989), documentando su primer proyecto de carteles sobre el sida, realizado en las calles de Nueva York en noviembre de 1987; *Imagevirus (Times Square)* (1989) documenta una animación sobre el sida generada por computadora, que aparece cada veinte minutos sobre la superficie de un Spectacolor ubicado en Times Square, rotándose con otros anuncios de

14 AA Bronson explica su desilusión respecto a las prácticas activistas de los años sesenta: “Hemos convertido los relegados y extraños métodos de William S. Burroughs —por ejemplo, aquellos que inventaron el universo del sexo-locura, cuerpo-tomado, arquetipos de espionaje provistos irónicamente por el modelo creador-de-mitos que necesitábamos—.” en AA Bronson, “Myth As Parasite/Image as Virus, General Idea’s Bookshelf from 1967-1975”, en Fern Bayer (ed.), *The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, p. 18.

15 “Interview with Anne Pasternak and AA Bronson”, *Creative Time*, página electrónica: <http://creativetime.org/programs/archive/2008/invocation/interview.html>; p. 6.



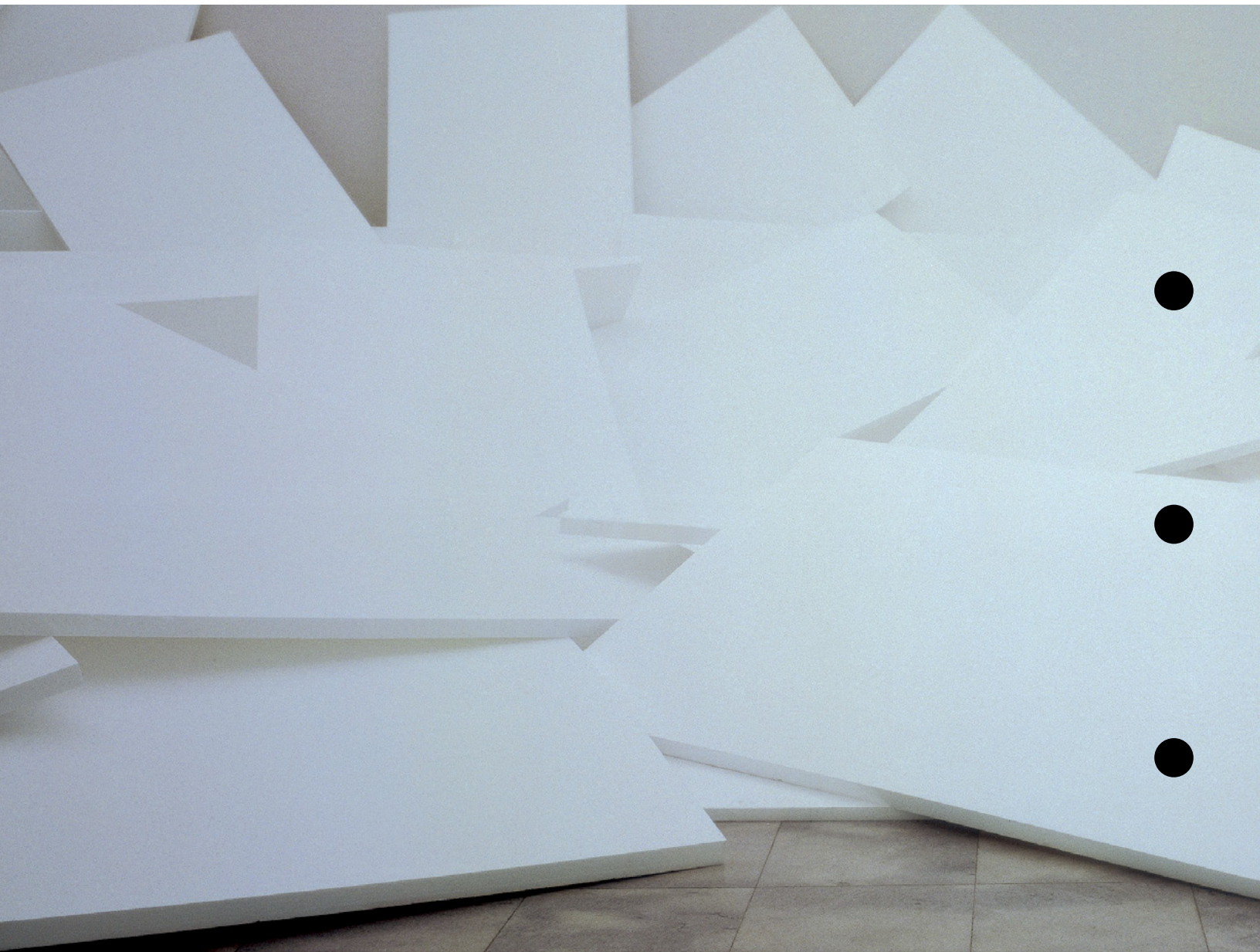
Pharma©opia, vista de instalación en *Nuit Blanche*, Toronto, 2006

publicidad. Otras piezas documentan los carteles instalados en cada segundo vagón del metro de la Metropolitan Transportation Authority en Nueva York en 1989 como *Imagevirus (New York Subway)* [*Imagevirus (Metro de Nueva York)*] (1991) y la escultura instalada en las calles de Hamburgo, *Imagevirus (Hamburgo)* (1991); o las tiras de serigrafía en vinil en colocadas en siete tranvías que circulan por el centro de la ciudad, *Imagevirus (Amsterdam)* (1991).

Si bien estas obras son fotografías que representan los carteles originales del logo *AIDS* con los que se invadieron los espacios públicos de múltiples maneras, en Europa y Estados Unidos, hoy asumen su lugar como objetos de arte con su propia autonomía. Ellos se transforman como dispositivos formales al estar expuestos en una galería. Como rastros, estas representaciones gráficas funcionaban en un sentido “performativo”: aniquilando la presencia del público anterior (como transeúntes o viajeros en el tranvía y en el metro); y tenían la posibilidad de modificarse (por ejemplo, por el grafiti o por el deterioro). Estos altos en el movimiento entre pasado y presente quizá ponen en paralelo “la inmovilidad” o la “inacción” del discurso contemporáneo en torno al sida, ya no entendido como una emergencia; como hemos anotado, la gente con acceso a las medicinas no mueren más por el virus. Ahora, el virus es solamente como una clasificación científica, con su propio protocolo y rutina; está casi por completo ausente del discurso mediático y ha sido subsumido por los intereses económicos de las corporaciones farmacéuticas multinacionales.

Las tres píldoras gigantes suspendidas en el aire, saturadas de helio y aseguradas al piso por cuerdas en la plaza del museo, operan como recordatorios —no sólo de las condiciones de el pasado de las personas que vivieron con sida, sino también de la persistencia del virus en el tiempo presente. *Pharma@opia* (1992) trata sobre el virus como un tema farmacéutico corporativo. Al reproducir las píldoras en una escala inmensa, la pieza intenta transformar —por medio de la exageración de tamaños— el significado de las píldoras. No son sólo un tratamiento médico, sino una condición de vida que es tanto particular (cada paciente trata con un diferente protocolo médico), como colectiva (pues puede afectar a cualquier miembro de la sociedad). Son píldoras gigantescas que “se niegan a ser ignoradas y silenciadas”.¹⁶ Hacen visible una cuestión que no fue atendida por el gobierno de Estados Unidos y que actualmente permanece ausente del gobierno y del discurso de los medios de comunicación —ensombrecida por motivos económicos, en su mayor parte. Trabajar hoy día con el tema del sida y la herencia de la crisis que generó significa estudiar detenidamente una imagen, un lenguaje, un “virus” que se extiende por todas partes inclusive en nuestros cuerpos. Habla de la creación de un “logo”, algo que sea fácilmente identificable —aún siendo un significado inestable— (como una escultura relativamente estable saturada de helio y suspendida en el aire); y una forma intermitentemente modificable, tan mutable como un virus, capaz de conservar una confrontación constante durante el transcurso de la enfermedad.

16 *Ibid.*, p. 1.



Fin de siècle, 1990



*Every art exhibit is the first art exhibit.
The brain goes into its stereotyped art program
even before the invitation is received.
The information received by the brain
from the experience of receiving
an invitation may be enough to
activate the hormonal responses
of art experience.*

GENERAL IDEA

Excerpt from Complications Set In (1971)

GUIDE TO NAVIGATE THE VIRAL TIME OF GENERAL IDEA

AGUSTÍN PÉREZ RUBIO

The notion of time in the work of General Idea is that of mutant time, of time that changes and is constantly altered, that propels us toward a state of loss. In the same way, its structure—whose purpose is to construct the myth of the group itself—uses glamour and iconography as indispensable tools for reflecting chunks of the reality of a society that has made capitalism its standard, which the group's works target mercilessly with subtle and hilarious ironies. That is why we might sometimes feel as if we are part of the film *Lost in Translation* (Sofia Coppola, 2003), adrift or disorientated in their works, because they examine and re-examine different times and styles, constantly composing and re-composing meanings and images to create something new that already existed but had not yet been created. All of this forms part of the game of creating a time that dilates, that advances and contracts, that mutates, that speaks of the past that was impossible to inhabit or is expressed in terms of a future that disappeared long before it arrived.

57

Using systems of representation that straddle reality and fiction, the natural and the cultural, General Idea manages to reflect all those systems as a simulacrum, as a real memory of their work, enhancing that same formula of creating, fueling, expressing and communicating a single concept, which is the group itself and its different phases.

The journey through *Broken Time* begins with pieces that correspond to the end of the artists' trajectory, or rather to posthumous or the first individual work of one of them. After several years of not carrying out a single project, AA Bronson made *Untitled (for General Idea)* (1997), as homage to the sad loss of Felix Partz and Jorge Zontal, his life and work companions. It is a piece about disappearance, but about union as well; it clearly highlights the independence of each member and at the same time the indissoluble nature of their work as a team. As Felix Partz wrote in one of his notebooks: "General Idea is a disciplined coincidence of differing points of view forged into a single point of view."¹

1 Draft typescript inserted into Felix Partz, *Notebook*, 1974-1975 (black hardcover; 31.5 × 25.5 cm), Ottawa: General Idea Archive, National Gallery of Canada.



AA Bronson, *Untitled (for General Idea)*, 1997

However, this show begins by looking back, telling the story of the group in *Pilot* (1977), a video work that flits between the early days of the group and its mature period. Commissioned by Ontario's OECA-TV network, "it was conceptualized and shot as a made-for-television special and utilized the conventions of television to create a de-constructionist simulacrum of popular culture".²

In this video General Idea reveal their skill with the language of new media, and with mass media in particular; they claim and appropriate formats such as the educational documentary and the TV biopic, creating a type of visual presentation of the collective and the nature of the three artists by narrating their career:

[F]rom the *Miss General Idea beauty pageants* to the publication of *FILE* magazine and the *Miss General Idea Pavillion*, an architectural proposal for a 'superstructure of containment formats.' By blurring the lines between art, design and life, *Pilot* reveals the avant-garde branding of General Idea, Inc. and the cultural production of the glamorous art star. It is self-mocking and critical, but of course with a hint of truth enough to seduce the viewer

2 Fern Bayer, *General Idea: Catalogue Raisonné of Works, 1967-1995* (working title only), publication in progress.

in both amusement and bewilderment. They deliberately want to leave the viewer questioning, 'Are these guys for real?!' And that is precisely the issue. What is the real artist, what serves as merely a set-up or frame, what is authentic and what is purely image or a mirror reflection of the original? By using a satirical didactic style, collages of imagery from 1950s beauty illustrations, and self-portraits stereotyping themselves as cinematic characters, General Idea show how they have successfully designed themselves, how the media is expertly manipulated to achieve desired results and how the audience becomes no more than a submissive mass, smiling in a standing ovation at the command of a master we do not see.³

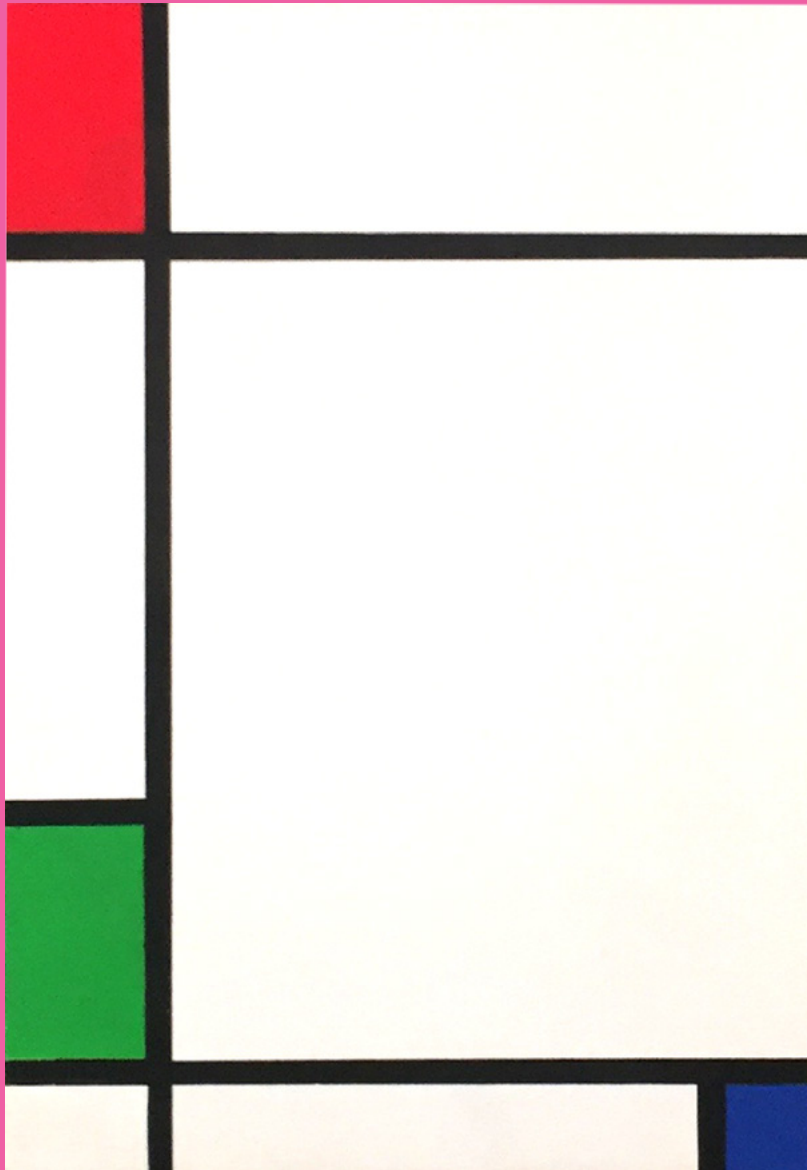
The entrance corridor is actually the end, but it reinstates the origins of the group and cements the artists' desire to *be*. In that mythical idea of time, and like any myth worthy of its name, there is something phantasmagorical in the beginnings of General Idea, a fusion between intention and happening.

Forming the backdrop to this first part of the exhibit are the pieces related to AIDS, created between 1987 and the group's demise. This series was premonitory because contrary to the popular legend that the artists made it as a form of protest about Partz and Zontal contracting the disease, General Idea conceived their first *AIDS* before the artists knew they were infected with HIV. *AIDS* re-appropriated Robert Indiana's *LOVE* (1966) with the colors red, green and blue, the same colors AA Bronson used in his homage piece. Meanwhile, *One Year of AZT* (1991), comprising 1,825 wall-mounted capsules, serves as a calendar of the disease, the passage of time and dissipation.

Like the pandemic, works such as *AIDS T-Shirt* (1994/1996), *Black AIDS #3* (1991), *Mondrianoids (Indiana) Study* (1994) and the mythical watercolors *Infe©ted Pharmacie* (1994) and *Pharme©ology* (1994) reveal the intervention of General Idea as a virus infiltrating the oeuvre of major figures in the history of contemporary art: Tom Thomson, Piet Mondrian, Marcel Duchamp, Ad Reinhardt, Andy Warhol and Robert Indiana. It is an invasion that plays with time, combining different authors, styles and periods. Times mutate, styles take root, adapt and expand to create a new ramification.

The AIDS-related works and AA Bronson's chairs highlight the struggle and political consciousness of three men who lived and worked together and maintained a sentimental and domestic relationship, which helped them deal with a disease disparaged by public opinion. The politic-queer defense of their work against stigmatization took them back to Toronto in 1993. Partz and Zontal passed away in 1994, a few months apart, in the same apartment in The Colonnade where the three artists had lived, constantly surrounded by friends and assistants.

3 Elaine W. Ho, "Pilot," text for the LIMA Catalogue: <http://www.li-ma.nl/site/catalogue/art/general-idea/pilot/245>



Mondrianoids (Indiana) Study, 1994

Fiction was an integral part of General Idea's work from the outset: the members always said they formed the collective in 1968, and indeed they signed some of their pieces with this date, but it is not true.⁴ It was not until 1969 that the three artists coincided with the other people who were part of the first commune at 78 Gerrard Street, Toronto. The group adopted the name of General Idea in 1970, although at first they also signed projects as individuals. An interesting aspect of this structure was its countercultural "collective consciousness." The group of collaborators included Granada Gazelle, Mimi Paige (Felix Partz's first girlfriend) Danny Freedman and Pascal, a transvestite friend who lived with them for some time. These were the days of psychedelia, free love, student revolts, and the media theory and language of Canadian intellectual Marshall McLuhan, whom General Idea followed. All of them came from art-related worlds: AA from architecture, photography, design, writing and publishing projects; Felix from painting, writing and performance; and Jorge from photography, performance, theater and screenwriting. All of them placed their earlier work at the disposal of the group, as initial material; likewise their interests in authors and artists such as William S. Burroughs, Gertrude Stein, Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Ludwig Wittgenstein, Brion Gysin and Robert Smithson.

The works from this first period were ephemeral: time fades away, is immediate and synchronous. The new media of the time were Sony's Portapak video recorder and the telex machine, plus the temporal quasi-performative effects achieved with Xerox machines and even with the relationship between time and the mail. Indeed, mail art is central to the body of work created by the collective. Many of those pieces defy classification as individual or collective works and they have therefore been defined as projects. Notable among them are *Junkigram!* (1967) by Michael Tims, before he created his alter ego AA Bronson; *Rob Boy* (1967) by Ronald Gabe, later known as Felix Partz, and *Untitled Collage Set ("Phone")* (1967) by Slobodan Saia-Levy, before he became Jorge Zontal.

Other individual pieces such as *Burning Ziggurats* (1968-1969) and *Ziggurat Paintings Project* (1968-1994) by Felix Partz formed the basis of *The 1984 Miss General Idea Pavillion*; his 1968 paintings on these themes even reemerged between 1969 and 1971 as examples of portraits in the Beauty Queens for *The 1984 Miss General Idea Pageant*. The exhibit at Museo Jumex features four of the portraits: *Mimi*, *Granada*, *Honey* and *Marcel*. Also on display is Felix Partz' "garbage" a project that was included in the first group exhibit, in 1969, in which the three artists participated along with a female friend, Mary Gardner, before forming General Idea. Those images which explore the idea of time as detritus and are related to urban space, in a Situationist sense, were included in the exhibit *Waste Age* (1969).

4 Fern Bayer made this discovery while writing "The Search for the Spirit," in *The Search for the Spirit. General Idea 1968-1975*. Ontario: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 10-12.



Light On, 1971

62

Some of the General Idea members were deeply involved in the Situationist movement and with other art agents who combined advanced aesthetic presuppositions with revolutionary political interests; AA Bronson's work as one of the editors of *The Loving Couch Press* is an example of this. Important to note in this respect is that the Situationists' revolutionary mindset originated in France and spread in the late 1960s to numerous student institutions, including those of Canada. The Situationist rhetoric and methodology underpin several General Idea projects, such as *Line Project* (1970), which consisted of a radio ad broadcast on Toronto's CHUM-FM station.

Many early projects by General Idea are related to mail art. Although some were incipient, they explored the relationship between time and the reception of a message: reading it, photocopying it, sending it, and communicating it. The performative component of several pieces of mail art was writing. For example, the works *7 Chain Letters* (1969) and *Skyportraits Chain Letter* (1969) convey the idea of instruction, possibly inspired by the *Instruction Pieces* of Japanese artist Yoko Ono, which since the mid-1960s she publishes in her famous *Grapefruit* (1964-).

Other works that condense this temporal relationship between sending and receiving are *Untitled (Mail Art Project)* (1969) and the action *Air, Earth, Fire, Water Series* (1970), which consisted in publishing a classified ad every day for one week in the newspaper *Toronto Star*. The text was simply the four elements

of nature mentioned in the title. The project also includes seven cards on which the cut-out ads have been pasted, as well as photos of various actions, such as AA Bronson strolling through the city with a stencil of the words in the title to apply them to different surfaces, like graffiti.

The relationship between the real and the artificial is one of the group's greatest legacies, as it was crucial for the artists to observe the coexistence of nature and culture. This is clearly illustrated by the performance-based action *Light On* (1971) and the accompanying video *Light-On Documentation* (1971-1974). This project explores and analyzes the light reflected by a large double mirror with a structure that rotated 180 degrees both vertically and horizontally. It took place during the summer solstice of 1971 in seven different Canadian cities. The artists maneuvered the mirror to project light onto the landscape, buildings, people and objects. They documented the action and later created an installation. The exhibit features this installation and the video *Double Mirror Video (A Borderline Case)* (1971), which shows the double mirror structure used as well as serving as a perfect example of their idea of a 'borderline case'. This method of framing transcends the narcissistic aspect, clearly situating General Idea's work conceptually within the semiotics of the image.

It is well documented that General Idea corresponded with Ray Johnson, the father of mail art, and with other colleagues to carry out artistic, literary and conceptual projects. The group had contact with many Brazilian and Mexican artists, such as Ulises Carrión and his publishing projects (such as the magazine *Ephemeris*, 1977-1978). This experience was captured in *FILE Magazine* (1972-1989). This magazine cheekily appropriated the graphics of *LIFE*, in keeping with General Idea's belief that art imitates life in the same way that life imitates art. *FILE* became a vehicle for experimentation while generating the mythology surrounding the collective. It was also the center of operations and tool for managing many General Idea projects; *FILE* was "a cultural parasite carried along in the mainstream blood stream of commercial distribution systems and subtly altered the body of its host".⁵

The frequency of the magazine itself gave rise to other notions of time, such as unattended time, which appeared in works such as *Opened Letters* (1972), presented in a documentary manner as a folder full of envelopes in which letters had been received. The project emerged after the collective opened several days' mail in the studio and threw the contents in the garbage bin in a show of youthful anti-establishment rebelliousness. The artists put the envelopes in a folder, arranged by date of receipt, and marked them, 'Received May 1, 1972', 'Received May 2, 1972', and so on, forming a timeline.

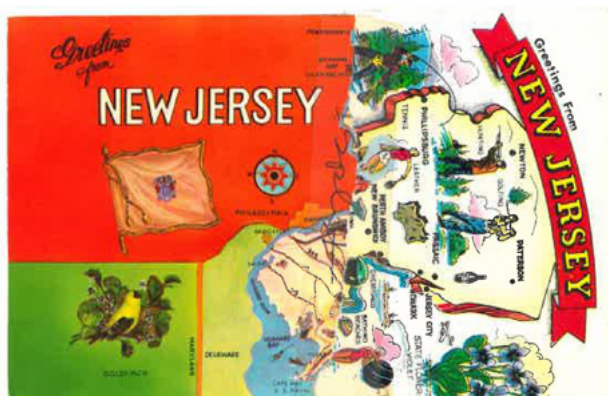
5 General Idea, "Editorial: Stretch That Social Fabric", *FILE Magazine*, issue 29 (1989): p. 3.

The group's experiments explored the idea of interconnected time, and this is evident in both *The Great Canadian Split Project* (1972) and *General Idea's Open Line!* (1978). In the first work the cut on the paper represents time suspended or the continuation of two different moments in two places; it is the union of two different people and messages. This was just one of several 'split projects' that the artists carried out during the course of their career. Many of the postcards they sent out were returned from different parts of the world torn or ripped apart and then taped back together; they were re-sent repeatedly, fostering the union between a sender and a receiver that changed all the time. Most of the postcards were stamped with General Idea mottoes or phrases, or with the name of the group.

Meanwhile, *General Idea's Open Line!* addresses the technological immediacy of the collective's approximation to and experimentation with more innovative media. The piece presented in this show stems from the slow-scan video transmission project organized by the Open Space Gallery in Victoria B.C. and held in Toronto, New York, Memphis, San Francisco, Vancouver and Victoria on August 29, 1978. Slow-scan is a medium that transmits a series of still images to approximate video. The project consisted in creating a type of faux photonovel with balloons to insert the characters' dialogue. The performers positioned themselves in a series of tableaux, in each case holding oversized voice bubbles over their heads. The images appeared and the device transmitted them to the participating cities while the collaborators created and received the project live. Using metalanguage, the narrative describes the project and the three protagonists trying to connect up with the other collaborators.

Friends - A Preliminary Series (1970) is another research project that explores the new media of the time. Created by AA Bronson but added to the archive as a General Idea work, it comprises photographs of male and female genitals belonging to friends of the artist in Canada. Sixteen of these Polaroids were mounted on sheets of paper with the name of each person and the time and place they were taken, plus the camera used and the photographic technical data. The snapshots were Xeroxed and mounted on blocks of wood arranged in a straight line, simulating the minimalist sculptures that were popular at the time, such as those of Carl André and Robert Smithson.

Time as portrait is captured in *Orgasm Energy Project* (1970-1972), a work that unites the group's open relationship with sexual games and the study of time as a performative process. On this occasion they mailed a form Orgasm Energy Chart, to different friends with the instruction to fill it out and send it back to the artists. The forms recorded the participants' orgasms over one month and included details such as gender, age, place and activity. The project was a way of creating a portrait of a person's sexual activity in time, but it was also an experiment, like a laboratory test or survey to gather information—in this case more private and interesting, where personal life becomes political.



birthdate April 7, 1936	sex ☒ m ☐ f ☐ other
-------------------------	--

birthdate	April 7, 1936
-----------	---------------

sex ☒ m ☐ f ☐ other



P.M.

The notions of temporal portrait and self-portrait conjure the mythical, advertising and quasi-iconic image of General Idea. *Self-portrait (Velvet Underground)* (1969), for example, harks back to another time and place. In this self-portrait the three General Idea members and their friend Danny Freedman imitate the pose of The Velvet Underground band on their 1969 album, which AA holds in his hands. As in Van Eyck's *Arnolfini Portrait* (1434) and Velázquez's *Las Meninas* (1656), the painter (the artists) is inside the image. This work clearly suggests that they too want to be 'stars' and are beginning to flirt with the idea of glamour and cover photos. Indeed, this stance is stated in the group's *Glamour* manifesto of 1975, published in *FILE*, which reproduces a photo of the three of them as architects, engineers or designers. Once again we see an image that imitates reality but is not entirely true, an image that underscores the ideas of self-reference and the construction of the group as a myth through something as intangible as glamour. In their manifesto the artists replace the world "glamour" for "myth" in excerpts from a Roland Barthes text, as well as using references from Burroughs and Stein:

This is the story of General Idea and the story of what we wanted.
We wanted to be famous, glamorous and rich. That is to say we wanted to be artists and we knew that if we were famous and glamorous we could say we were artists and we would be. We never felt we had to produce great art to be great artists. We knew great art did not bring glamour and fame... We knew that if we were famous and glamorous we could say we were artists and we would be. We did and we are. We are famous, glamorous artists.⁶

67

They remained true to that declaration of intent throughout their trajectory, since every strategy that involves a certain amount of glamour implies an inherent theft, an adoption, a looking beyond, to snip from here and there, like Burroughs' cut-ups, and as they themselves asserted: "We knew that in order to be glamorous we had to become plagiarists."⁷

This artistic trio used self-representation as a medium of expression in their works, some of them iconic, fetish images that accompanied them throughout their career. Some appeared in *FILE Magazine*, created specifically for that purpose. In some cases, it is they themselves who act and pose; in others they are represented by images. In this respect it is useful to recall included in the installation *Reconstructing Futures* (1977), and also reproduced on the cover of the publication *Reconstructing Futures* (1978): the three of them are seen departing from the scene of a supposed fire. Other examples are the book cover of *General Idea's Ménage à Trois* (1978); the self-portraits of the works *General Idea's Dominant Dream* (1979); *Playing the Triangle* (1979); *Self-Portrait with Objects* (1981/1982); *P Is For Poodle* (1983-1989); *Baby Makes 3*, (1984-1989);

6 General Idea, "Glamour", *FILE Magazine*, volume 3, issue 1 (Fall 1975): p. 21.

7 *Ibid.*, p. 22.

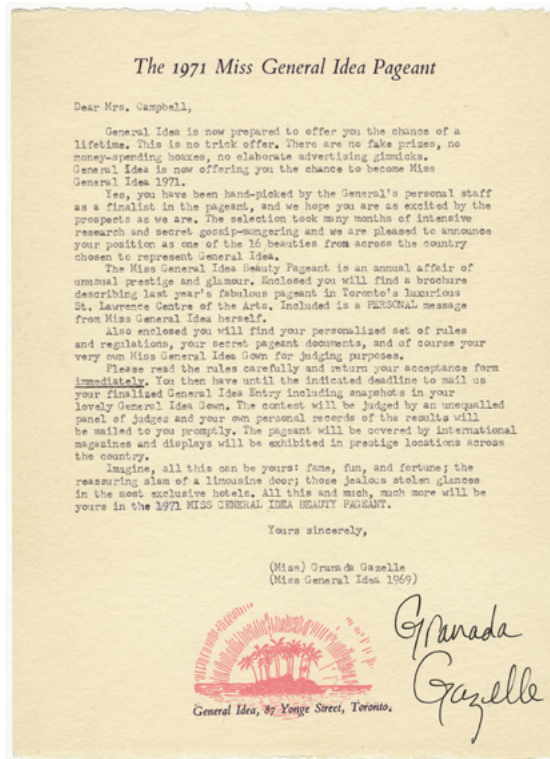
Nightschool (1989); *Playing Doctor* (1992) and *Fin de siècle* (1994). In this latter work the artists become three seal pups who are presented in a non-time or mythical time against a romantic glacier backdrop, borrowed from a painting by Caspar David Friedrich.⁸

In 1970 General Idea embarked on what was perhaps the collective's most important action, which consolidated the relationship between myth and time: *Miss General Idea*. This project forged most of their work, from the performance *What Happened* (1970) up to the destruction in 1977 of *The 1984 Miss General Idea Pavillion*. It also marked a definitive aesthetic turning point in General Idea's projects, which evolved from the conceptual, ephemeral and performative to the sculptural, pictorial and videographic, although the essence of the collective was still projected on its own past as a self-referential form of its creation and enduring existence.

What Happened was a performance consisting of five synchronous actions that took place over the course of three weeks in various parts of Toronto. Jorge Zontal put together the team, which comprised Mary Gardner, Bernice Hune, Jeff Levy, AA Bronson, Felix Partz, and others. The last action was a beauty pageant in which Honey Novick was crowned Miss General Idea 1970. *What Happened* took the title of Gertrude Stein's famous play *What Happened: A Play in Five Acts* (1913). It is worth mentioning that the language used in many of General Idea's titles is difficult to translate due to word play, changes in meaning, references to historical situations, queered language and absurd relationships, nevertheless with an occult and even mystical or esoteric meaning.

Miss General Idea highlights competition as an art world strategy for getting ahead and holding one's position in the art scene. The event draws on a popular activity (beauty pageants), once again revealing the relationship between reality and art, between what art imitates and what is imitated, and its mythological action. For the 1970 edition, Miss Honey (Honey Novick) demonstrated her skills with the telex machine while other contestants danced dressed up as bears. Honey's performance won over the jury, who proclaimed her Miss General Idea 1970, and her predecessor Granada Gazelle, Miss General Idea 1969, presented her with the prize. As Felix Partz said, what made it so shocking was that everything that was happening seemed real, because Miss Honey was an excellent actress. This great mass spectacle became the forerunner to *The 1971 Miss General Idea Pageant* and established the genealogy of the beauty pageants as part of their iconography and legend—the coronation of the first Miss General Idea in 1968, Mimi Paige, was a later invention because at that point the group members had not met yet.

8 This installation was the only work ever presented in Latin America during the existence of General Idea. Thanks to Ivo Mesquita and Paulo Herkenhoff, it was shown at the 1998 São Paulo Biennial. In this exhibit it is presented on Level 1 of the Museo Jumex.



Documentation of *The 1971 Miss General Idea Pageant*

By combining performative acts with acts of mass culture, the artists demonstrated that they were not only the heirs of an artistic past whose sole purpose was to make paintings and hang pictures, but were commentators on reality and on what was happening in society. And perhaps they also naively thought that museums could serve as containers for mocking their own function and, by extension, critiquing the establishment.

It was in this same vein that on October 1, 1971 they transformed the Walker Court of the Art Gallery of Ontario (AGO) into the setting for a beauty pageant. Sixteen 'finalists' were sent an *Entry Kit* by mail containing a variety of cards, scripts, a letter of invitation and a set of instructions, as well as a self-addressed return envelope in which they were to mail back their acceptance of the terms of agreement. The contestants were asked to take a photograph of their choice for Miss General Idea wearing the *Miss General Idea Gown*, a dress included in the kit and that was part of other actions by the group. The finalists, both male and female, would be chosen from the photographs. From the sixteen kits sent out, they received thirteen responses.⁹ All the documentation received was presented at the show *The 1971 Miss General Idea Pageant Documentation*, held at A Space, Toronto, from September 24 to 30, for which they produced a special edition entitled *Artist's Conception: Miss General Idea 1971*. With its photograph

9 The only documentation selected for *Broken Time* is what was sent by Marcel Dot, proclaimed Miss General Idea 1971, and by Janis Campbell, the only person whose reply contained an aggressive criticism of the project.



Documentation of *The 1971 Miss General Idea Pageant*

of a transvestite dominatrix (found in a magazine) as the representative image of a beauty queen, this image became one of the group's most iconic works. That action and the beauty pageant were both charade and 'fetishization'. General Idea created the opportunity to present a 'Miss' bearing their name, both a muse and object, an image and a concept.¹⁰

Numerous posters, tickets, scripts and other hand materials were produced for the event. AA Bronson was master of ceremonies and the three previous beauty queens gave speeches: Mimi Paige, Granada Gazelle and Miss Honey. Later on Pascal—a transvestite and the fifth though never crowned Miss General Idea—sung a serenade and the three judges announced the three finalists from among the 13 contestants: Margaret Coleman, Tina Miller and Marcel Dot (a.k.a. Micheal Morris, one of the founders one of Image Bank). The photograph of Dot was chosen because it "captured 'Glamour' without trying to". After being proclaimed *Miss General Idea 1971* Dot changed his name to Marcel Idea.

The title of Miss General Idea remained valid until 1984 when a structure called *The 1984 Miss General Idea Pavillion* would be built as a venue to hold the pageant of that year. The year 1984 was a reference to George Orwell's famous work, *1984*. Regarding this temporal notion, AA Bronson has remarked:

We thought of that as a kind of Orwellian symbol of the future, and I think that date kept us together: we could always say, well, it's only seven more years, or, well, it's only four more years, and so on, until our living and working together had become so habitual that we didn't know how to do anything else. We were addicted to the intensity of our own total living/working relationship.¹¹

From that moment on, the collective carried out several actions in which audience participation and the audience itself were a cornerstone or integral part of the performances, either because they were asked to perform specific actions themselves or because they were recorded or filmed. This recalls the double mirror, the idea of who is represented and what they represent, who is performing and who is "performed". Such subtle relations are a recurring motif in the *Manipulating the Self (Phase 1 - A Borderline Case)* projects, in order to question and subvert the notion of indeterminacy in nature, art and society, and by extension the concepts of sexual identity and transnationality that the group addressed.

10 Frédéric Bonet, "Setting the Stage: Back to Reality!", in *General Idea, Haute Culture A Retrospective, 1969-1994*. Zurich: JRP Ringier, 2011, p. 15.

11 Louise Dompierre, interview transcript, New York city, July 26, 1991: pp. 18-20, Manuscript Series, Manuscripts for Publications and Artworks, General Idea fonds, National Gallery of Canada Library and Archives, Ottawa.

The year 1972 was crucial for General Idea as they launched *FILE Magazine*, a project geared towards creating a network of artists in Canada and beyond. As a mail art project, the magazine was one of a kind, and it provided the Canadian scene with a vehicle for disseminating the projects that were being produced. The magazine also included a directory to facilitate contact between people from different places and contexts. In the mid-1970s *FILE Magazine* focused more on the projects of General Idea, although it maintained its relationship with other international artists, including Andy Warhol, who invited the collective to present a project for his magazine *Interview*.

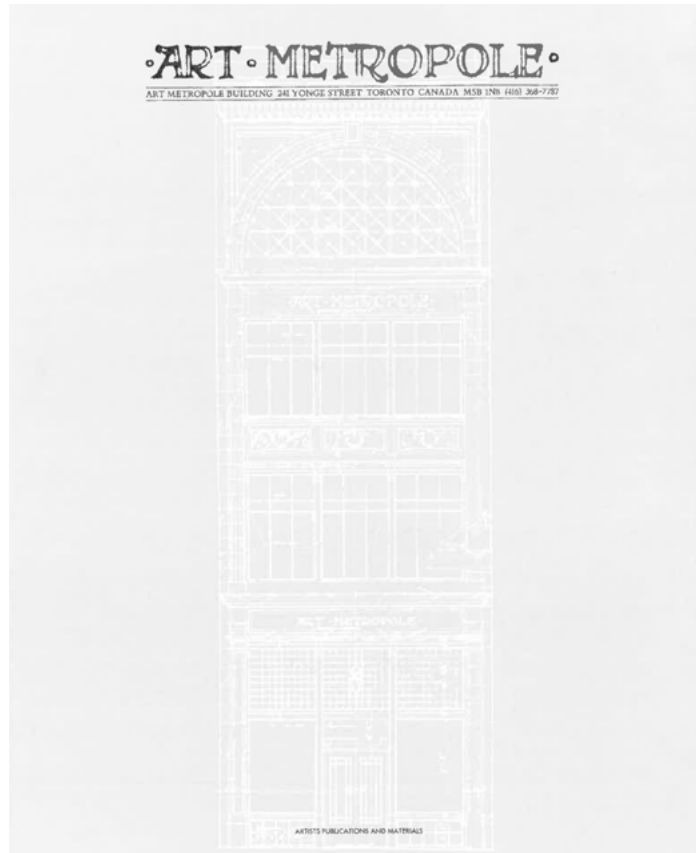
1972 was also the year of the group's first exhibit at a commercial venue, the Carmen Lamanna Gallery in Toronto. That gallery represented General Idea until 1989. From the 1978 onwards, galleries like Lucio Amelio, Stampa, Daniel Buchholz, Esther Schipper, Galerie Montenay, and Mai 36 Galerie presented the group's work on a regular basis. Marketing and consumption were implicit in General Idea's work and critiques, most notably in the way in which the artists managed their relationship with different agents and in the publishing projects, objects, books and more ephemeral works.

This theme is clearly related to the birth in 1974 of Art Metropole, a space conceived as a repository for mail art material, ephemeral projects and other objects that General Idea received and collected. It was founded as a non-for-profit distributor, archive, and shop, as an alternative to the few institutionalized art venues at the time. Art Metropole reinforced the integral idea and structure of the group. As Felix Partz said, "The actual structure and function of it is an integral part of our work, of our overall project."¹² Art Metropole is still in operation and has become an important institution as a symbolic capital and essential tool in Toronto's art scene. Together with a vast number of art proposals and initiatives supported by the Canada Council, Art Metropole played an instrumental role in enriching the art scene of that decade. The first Art Metropole was located in the General Idea Studio, at 241 Yonge Street in Toronto. Its mission is "the documentation, archiving and distribution of all the images".¹³

Art Metropole became a distributor of artist books, videos, sound pieces, multiples, posters, writings on new media and other forms of art such as its collection of artist's publications. On display in this show are the first three catalogs, with their special letterhead and design, as well as magazines and miscellaneous more recent *Art Metropole Annual Editions*. There are also

12 *Ibid.*, p. 35.

13 Fern Bayer, Peggy Gale, Art Metropole, "Preamble," Digital Occasional Paper Issue 1, January, 1971-April 2006, 2, Art Metropole's Publications and Events History with Related Ephemera, National Gallery of Canada Library and Archives, Ottawa, https://www.gallery.ca/images/content/artmetchron_e.pdf.



Art Metropole letterhead

proposals by artists including Gilbert & George, Rodney Graham, Daniel Buren, Lawrence Weiner and Sherrie Levine. On this commercially independent artistic blossoming, AA Bronson said:

Working together, and working sometimes not together we labored to structure, or rather to untangle from the messy post-Sixties spaghetti of our minds, artist-run galleries, artists' video, and artist-run magazines. And that allowed us to see ourselves as an art scene. And we did.¹⁴

—

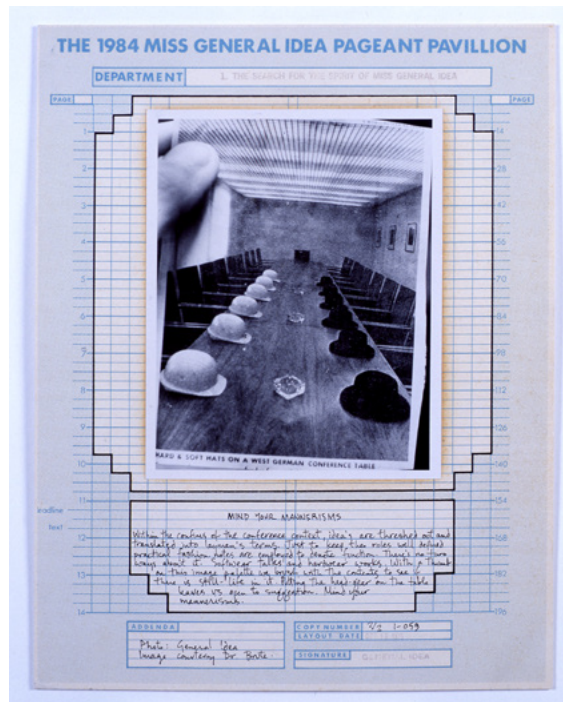
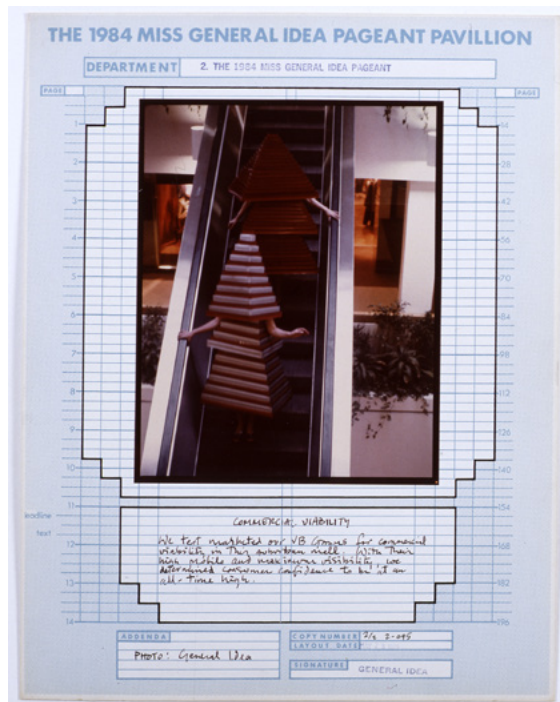
The 1984 Miss General Idea Pavillion was thenceforward configured as a fundamental thrust of the Canadian collective's work. Beginning with the *Ziggurats Painting Series* made previously by Felix Partz, the artists conceptualized this *Pavillion* as a reflection of a shared space, a future building for living and working, with apartments, bathrooms, a mezzanine level, artists' studios, and even a space for Art Metropole.

14 AA Bronson, "The Humiliation of the Bureaucrat: Artist-Run Centres as Museums By Artists", in *Museums by Artists*, AA Bronson and Peggy Gale, eds. (Toronto: Art Metropole, 1983), p. 30.

Much of the idea behind the structure of the pavilion was visualized and condensed in projects such as the performance *Going Thru the Motions* (1975) held in the Walker Court of the Art Gallery of Ontario on September 18. It was a rehearsal of the pageant in order to see the reaction of the public. In this way, the artists destabilized the time and referential frame of acting. Along with their entry ticket, spectators were given a pair of *The Censor Sunglasses* to watch the performance. AA Bronson acted as the master of ceremonies and the other two artists were dressed as construction workers or architects. One of the most spectacular acts of the performance was the parade of contestants, a beauty parade featuring the *V.B. Gowns*, that is, the dresses made out of Venetian blinds that served as an architectural model for the 1984 pavilion. There were also television interviews during the pageant intervals in which the actor Whitney Smith rehearsed different characters, blurring the boundaries between audience and performance, between reality and fiction.

This performance, together with other pieces, was included in the *Showcards Series* (1975-1979), a series of over 300 cards, each with text and a photographic image, and carrying the headline "THE 1984 MISS GENERAL IDEA PAGEANT PAVILLION". The series was also the subject of a 1975 exhibition. The cards were shown in five categories: "The Search for the Spirit of Miss General Idea", "The 1984 Miss General Idea Pageant", "Miss General Idea 1984", "The 1984 Miss General Idea Pavillion", and "The Frame of Reference". These concepts and thematic categories are key in the collective's fictions and narrative from the 1970s to the mid-1980s.

74





Reconstructing Futures, 1977

The year 1977 was a turning point in time and in the career of General Idea. As the title of the installation *Reconstructing Futures* (1977) asserts, they were building a future that would never come. Although *The 1984 Miss General Idea Pavillion* was conceived for the 1984 beauty pageant, 1977 was the year when the ruins of the pavilion were documented. General Idea gathered the material from performances, photographed a ziggurat structure engulfed by flames, and presented the whole lot as the ruins of the pavilion. This shifting of time is a device that has been used in science fiction literature and film. With General Idea, the viral form of the artistic output and the way time is molded are symptomatic. The pavilion's becoming-ruin is explored from a historical point of view, as if it were the vestiges of Pompeii: a buried past that is presented as a perfect witness of its time. Through catastrophe (the fire), fact becomes myth.

This archeological idea behind the representation of vestiges is also evident in *Cave Canem: Calendar Wall Fragment from the 1984 Miss General Idea Pavillion* (1984). The days of the year are represented in a sort of Roman frieze with 1,984 poodles, an element that could be considered tacky or feminine, as a kind of vindication of a presumed queer or transgender identity. The frieze is related to the installation *Mondo Cane Kama Sutra* (1984), since the ruins are inspired by Pompeii. It comprises 10 paintings in which three poodles—in perfect empathy with the artists—recall the poses in the frescoes of the brothel at

Pompeii but are based on the narrative of the *Kama Sutra* as the mythical, legendary book of sexuality and free love. In each canvas the animals are painted in three colors: fluorescent orange, yellow and pink. Formally, they are inspired by Frank Stella's *Protactor* paintings, as well as by the collective's own video *Cornucopia* (1982), a fictional documentary that tells the story of *The 1984 Miss General Idea Pavillion* and its destruction by fire in 1977.

—

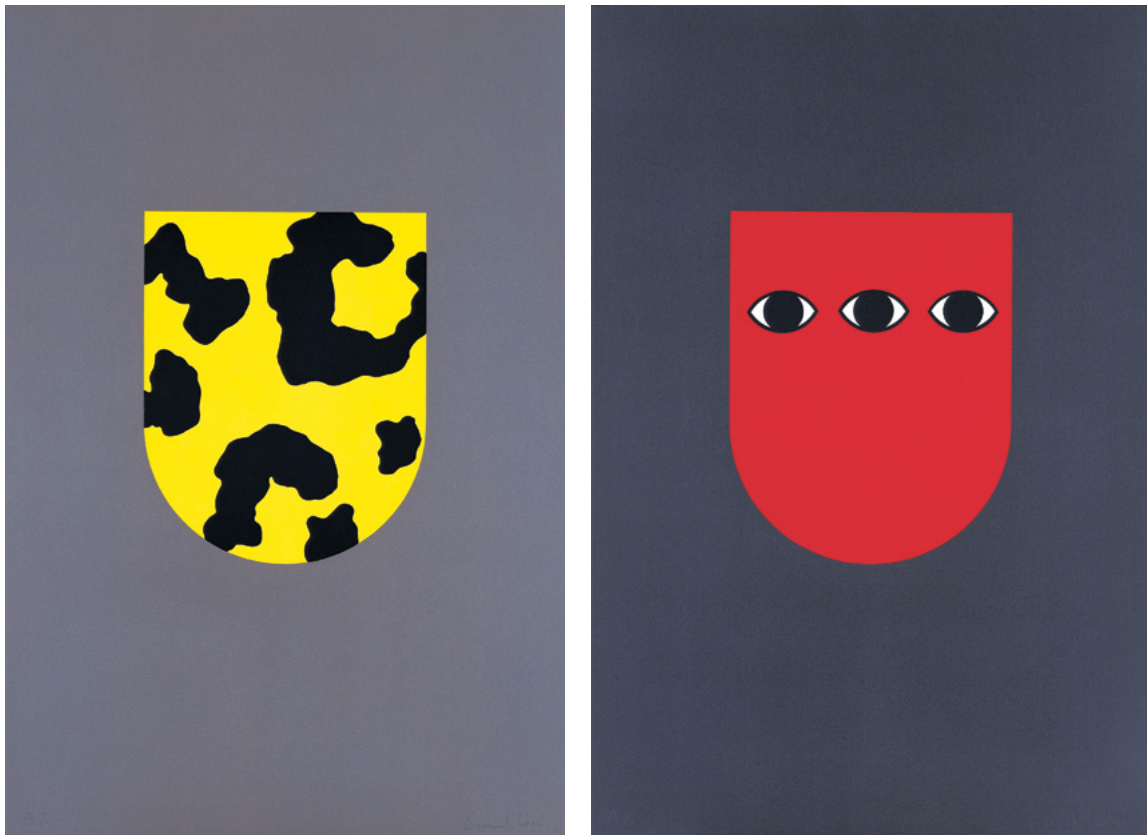
As time went on, social themes related to sex and race appeared more openly in the works of General Idea. If their early pieces addressed topics related to identity, gender, charade and cross-dressing, in later years these same topics were explored as a political stance. Such is the case of the heraldic emblems of the supposed pavilion, entitled *Fear Management* (1987), a suite of prints related to the installation *The Armoury of the 1984 Miss General Idea Pavillion* (1985-1990). The collective sexualized a series of escutcheons, for example by giving the fleurs-de-lis a penis-shaped finial, and including skulls and stains that might be premonitions of the stigmatization of AIDS in the coming years.

Sexual liberation was explicit in works in which sex and race are read through concepts derived from post and decolonial thinking. Perhaps one can find in *El Dorado* (1992)—in which *Maracaibo* (1991) is implicit—a certain sensibility on the group's part since this is the only work created with Latin American sources.¹⁵ By now, General Idea was addressing the theme of AIDS overtly, and these projects and objects like *Jockey Short Shopping Bag* (1991/1998) clearly reference homoeroticism as a form of communication.

El Dorado consists of ten abstract paintings in tones that simulate skin as well as gold. The title refers to the mythical city of gold that so beguiled the Spanish conquerors of the sixteenth century. This could be an analogy of the myth of General Idea and their projects; perhaps they never existed physically but became a legend. The exhibit at the Museo Jumex features nine of the paintings in which the Pointillist technique is used to create the skin tones associated with *mestizaje* (racial and cultural mixture) of the Americas.

The title of each work reflects the product of *mestizaje*, in the same way as the ten prints of *Maracaibo*. The edition reproduces photographs from an unpublished album that belonged to a man who died of AIDS-related complications in Caracas in 1988. The images show photos of an open notebook showing nude men, most of whom were soldiers from different social classes

15 This work was made after a trip to Venezuela and at the invitation of the Fúcares gallery for presentation at an exhibit in Madrid in 1992. That same year they presented the giant capsules of *Pharmac@pia* (1992), with the colors of the Catalan flag, in Barcelona.



Fear Management, 1987

and with different skin colors. Each piece in *Maracaibo* has a different title that recalls the *casta* [caste] paintings that represented the categories of mestizaje (racial mixture) in Latin America: a) “A Spaniard and an Indian will give birth to a mestizo,” b) “A Spaniard and a negro will give birth to a mulatto,” c) “A negro and an Indian will give birth to a *lobo*,” d) “A mulatto and a mestizo will give birth to a quadroon,” e) “A *lobo* and an Indian will give birth to a *sombujo*,” f) “A quadroon and a mestizo will give birth to a *coyote*,” g) “A *morisco* and a Spaniard will give birth to an albino,” and h) “A *coyote* and a *morisco* will give birth to an *albarazado*.”

77

This is how the work was described:

[T]he three [members of the collective] closely examined fragments of this cultural genetic collage made up of Blacks, Indians and Whites. They accompanied their lessons with catalogs of tropical skin tones, from ivory to ebony through numerous hues of cinnamon. These tones were illustrated in a series of abandoned photos rescued from a sudden destruction thanks to the wisdom of Miss General Idea.

At dusk each day they reconstructed the delirium of their dreams in a series of portraits in which the different races shook hands and reached mutual agreements. Sitting on the terrace of the Maracaibo Hilton, nibbling at tropical fruit, [the artists] amused themselves with

entertaining Venezuelan soap operas. Their three silhouettes were outlined against the oil rigs that spill black gold and in complicity with the sunset allude to the enigmatic dalliances of Miss General Idea.¹⁶

Irony and humor transformed into outrage and guerrilla warfare starting in the late 1980s. AA Bronson and Jorge Zontal lived in New York from 1986 to 1993, but Felix was only there intermittently since he worked from Toronto. These were the years of the AIDS crisis and of its representation, when conservatives attacked the groups that were most affected by the disease. In those years more than ever, General Idea depicted time as an ebb and flow. They created pieces about the reality of their everyday life in the form of a new calendar — based on dosages of AZT— in which time became an antiretroviral.

During this final stage, the work of General Idea was exhibited in a much bigger way as regards format, venue and frequency. Examples of this are the *AIDS* tapestries and posters that were stuck up around the entire city—of New York, San Francisco, Toronto, Berlin— on walls, buses and the subway; these were also supplemented by T-shirts, bags and other objects. In ‘Burroughsian’ form, the virus claimed possession of everything, even time. This idea was reprised in the *Imagevirus Series* (1989-1991), a set of five photographs that gives an account of this virulent idea of the image and the project. One of their most widely disseminated public works took the medium as the message, a computer-generated animation displayed on the Spectacolor Board on Times Square. Since the group’s return to Toronto in 1993 and the deaths of Partz and Zontal in 1994, General Idea —just like their “Misses,” the pavilion, its logos and editions— has succeeded in becoming a mythical collective both within and beyond the art world. It was and remains an indisputable reference for countless artists from different periods, styles and contexts. The group’s myth has passed through those revolving doors to enter and re-enter time after time, and every turn adds to the myth of General Idea as it looks inexorably to the future.

16 General Idea, “El Dorado (Maracaibo)”, in *El Dorado (Maracaibo)*, exhibition catalogue. Madrid: Galeria Fúcares, 1992.



Jockey Short Shopping Bag, 1991/1998



PARAPHERNALIA

Gabriel Villalobos

The eighth issue of *FILE Magazine*, General Idea's periodic publication that ran from 1972 to 1989, includes a text that can be read as a manifesto of the trio's artistic production. This essay, titled "Glamour"—which was also the title of this issue from 1975—presents Felix Partz, AA Bronson and Jorge Zontal's vision of their own identity as artists. Appropriating ideas from William S. Burroughs, Roland Barthes and others, the text constructs this identity in relation to glamour, blurring the boundary between reality and myth, and evincing a profound interest in the fabrication of identities in contemporary popular culture and mass media.

General Idea's artistic persona determined the strategies with which they produced their work. One of these strategies involved a complex engagement with consumer culture and the market. This was developed in the form of editions and multiples, which throughout their twenty-five-year-long partnership included books, postcards, pins, rings, chenille crests, and a myriad other items. It also took the shape of installations mimicking stores or pop-up shops (in which these items were put on sale), as well as the appropriation of mass media such as television and the magazine format.

81

Their critical examination of consumerism was present since the start of their collaboration, during their time living together in a house in Toronto with two other friends.¹ Between 1969 and 1970 they produced fake window displays in the house's former storefront, with a permanent sign stating that the shopkeeper would be back in five minutes. These displays showcased found objects at first, then included objects produced by the artists, framed each time with a thematic display. More ambitious environments, such as *Belly Store* (1969), expanded into the living room and entailed a more complex blend of exhibition, installation and performance, but still involving the production of objects in relation to commerce and consumption.

The development of the pageants and other performative projects during the 1970s entailed the production and circulation of objects. For instance, the *Hand of the Spirit* was a prop depicting a stylized hand, first used by the winning contestant of *The 1971 Miss General Idea Pageant*, and then appropriated and

1 Fern Bayer, "Uncovering the Roots of General Idea: A Documentation and Description of Early Projects, 1968-1975," in Fern Bayer et al. *The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 29, 32.



The Boutique from the 1984 Miss General Idea Pavillion, 1980

appearing in various other works. The *Censor Sunglasses* were given out to the audience during the performance *Going Thru the Motions* (1975). More than auxiliary props, such objects constituted the aesthetic motifs of these projects, and allowed them to permeate other visual media.

General Idea's early environments were expanded into several store installations, beginning with *The Boutique from the 1984 Miss General Idea Pavillion* created in 1980.² This was a booth in the shape of a dollar sign, where several of General Idea's early multiples and publications (largely stemming from the video work *Test Tube* [1979] and from the mythical destruction of the *1984 Miss General Idea Pavillion*) were displayed for sale. This was followed by *¥en Boutique* (1989) and

² This work evokes earlier experiments by other artists, such as Claes Oldenburg's 1961 *The Store*. Bridging the boundary between art installation and shop, *The Store* occupied a rented storefront in New York where Oldenburg put objects handcrafted in plaster and fabric on sale. Another important precedent is the work of Fluxus. The Fluxhall, a space opened in New York by George Maciunas in 1963, functioned both as performance venue and pop-up shop. The *Yearboxes* and *Fluxkits* were boxes or adapted suitcases containing objects created as editions by artists related to Fluxus; these mini-collections presented the work of art as a consumer object.

the *Boutique Coeurs volants* (1994/2001), works deploying similar intentions. As these installations were exhibited in museum spaces, they revealed the problematic relation of art institutions with commerce.³ They also consolidated General Idea's identity as a form of branding, thus evidencing a critical understanding of the artist as a producer of commodities.

The work related to the AIDS crisis, from the late 1980s until the deaths of Partz and Zontal in 1994, also involved multiples, merchandise and other reproducible formats, this time establishing a connection between the crisis and the market via the concept of the virus.⁴ Issues of health care, queer identity and AIDS visibility were explored through pins, balloons, pill holders, and other paraphernalia. Through the idea of the image as a form of virus, this body of work complicated the relation between merchandise, art history, graphic design, and activism.



General Idea chenille crests, 1988

3 AA Bronson, "Copyright, Cash, and Crowd Control: Art and Economy in the Work of General Idea," in Barbara Fischer (ed.), *General Idea Editions, 1967-1995*. Mississauga: Blackwood Gallery, University of Toronto, 2003, pp. 25-26.

4 "In the late 1980s, when the word *virus* came to have a more literal intervention in our lives, [...] we revised these methods to suit the times: we injected the image of our *AIDS* logo into the lifblood of the communication, advertising and transportation systems..." AA Bronson, "Myth as Parasite/Image as Virus," in Fern Bayer, *op. cit.*, p. 20.

Their interest in multiples and reproducible media was also informed by the particular economic and material conditions in which contemporary artists in Canada were working during the late 1960s and the 1970s, as well as the ideas of thinkers such as Marshall McLuhan and William S. Burroughs.⁵ Media including posters, magazines, artists' books and videocassettes allowed artists with limited resources to disseminate their work, and constituted the means to address the implications of mass media and consumer culture.

The consolidation of a network of emerging artists through mail art projects and *FILE Magazine* led General Idea to found Art Metropole in 1974. An artist-run space that still occupies a central place in the Canadian contemporary art scene, Art Metropole offered an alternative platform for the exhibition and dissemination of video art, artists' books and other experimental formats.⁶ Notably, this was also a setting for the sale of multiples, and it promptly became a live archive that has preserved the legacy of work using these formats.

As Friedemann Malsch points out, "a distinction should be made in this context between multiples issued in limited numbers and editions that refer to mass media formats, for example, books, postcards and greeting cards, *FILE Magazine*, and audio- and videocassettes. [...] In general, it can be said that the closer a work is to the traditional definition of 'a work of art,' the more likely it is to be issued in limited numbers."⁷ Despite this, both categories reinforce the importance of such media as legitimate alternatives for the materialization and dissemination of art, challenging the distinction between work of art, merchandise, and documentation.

Perhaps evoking Fluxus's interest in making art collecting accessible and even portable, General Idea's multiples and store installations constitute a critical transformation of the artwork into a commercial object. With the increasing recognition of General Idea, and the eventual passing of two of its members, their multiples and editions have in fact become collectible objects. Here a

5 "[U]tilizing the distribution and communication forms of mass media and specifically of the cultural world, we could infect the mainstream with our mutations, and stretch that social fabric. Following Burroughs's fictionalized example, we began with projects through the mail and then graduated to newsmagazine format to perfect our method." AA Bronson, *op. cit.*, p. 18.

6 "[A] collection agency devoted to the documentation, archiving and distribution of all the images... Art Metropole intends to keep abreast of the tide, housing and distributing evidence of activity and imagery: megazines, publications, videos, correspondence, snapshots, memories, and the ephemeral flood..." General Idea, *FILE Magazine*, "Mondo Nudo Issue," vol. 2, no. 4 (December 1973), as quoted in Fern Bayer, *op. cit.*, p. 101.

7 Friedemann Malsch, "The Other Reality: The Multiples of General Idea," in *General Idea's Fin de Siècle*. Stuttgart: Württembergischer Kunstverein, 1992, pp. 29-30.

further connection between the collection and the archive is made manifest, insofar as their extensive production of paraphernalia—from letters to posters to merchandise—now forms part of important collections of their work.⁸

In this sense, General Idea's paraphernalia reconnects contemporary art collecting with its historical origins, closer to private life and extensive to all kinds of things. Much more than derivative or secondary pieces with respect to work in more recognizable formats such as painting, video or installation, these objects materialize an expanded artistic practice that wittingly engages with its context. General Idea's multiples and editions and their infiltrations of consumerism reveal a profound interconnectedness between art and the objects that surround our life and shape our culture.



View of Art Metropole

8 "Art Metropole—the whole archiving thing, that's quite a part of the Pavillion to us; the archive and the network it establishes." General Idea, "Backstage at the General Idea Pavillion," p. 3, as quoted in Fern Bayer, *op. cit.*, pp. 101-102.

In 1999, Art Metropole's extensive collection was donated to the National Gallery of Canada; a selection of documents by General Idea from this archive is included in this exhibition. In 1995, a year after Partz and Zontal's deaths, AA Bronson entrusted art historian Fern Bayer with the Estate of General Idea, which constitutes one of the main collections of their work and includes important originals from editioned series.



SPECTRE OF A VIRUS

Francesco Scasciamacchia

Twenty years after their foundation in 1969 under the collective name of General Idea, Canadian Conceptual artists AA Bronson, Felix Partz and Jorge Zontal encountered the AIDS crisis. The three artists were living in New York and Toronto, and two of them would later succumb to the virus. Their response to the emergence of what would become a worldwide epidemic was a piece of art. In 1987 they took the letters of the acronym A-I-D-S, and rearranged them into a logo resembling the famous piece, LOVE, made by the American artist Robert Indiana in 1966.

The logo was first produced for an Art against AIDS benefit that took place in New York in June 1987. This first piece, *AIDS* (1987), presented as an acrylic on canvas painting, soon became an idea that expanded in scale and format from 1987 to 1994. For instance, a series of six 8-ft2 and twelve 2-ft2 paintings were exhibited at Koury Wingate Gallery in New York; and in November 1987 the AIDS logos became posters pasted throughout the streets of Lower Manhattan; in January 1988 those same posters covered four walls of the Artspace gallery in San Francisco, as well as the streets of the Castro; in May of the same year posters appeared all over Toronto: in the art and gay districts, on a window at the Art Gallery of Ontario, at The Power Plant, the Pages bookstore, gallery YYZ and in the lobby of the MacDonald Block.

In this same format the logo took to the streets and public spaces of France, Germany and the US. It appeared on the cover of *Ontario Dentist* in November 1988, and was published as a series of stamps by *Parkett* magazine that same year. In 1989 the logo took the form of a Spectacolor sign in Times Square. In 1991 it became a large metal public sculpture in the streets of Hamburg. From then until 1994—the year in which Felix and Jorge died of AIDS—it appeared in numerous magazines (as inserts, advertisements and covers) and videos, on T-shirts, rings, and scarves.¹

The various formats and scales that the logo assumed and the plurality of places it invaded (streets, galleries, magazines and advertisements) parallel the mutability of a virus: the many forms it can take and the multiple organs of a human body it can attack. The fluidity of a virus and its rapacious ability to move from one zone of the body to another, to be transmitted from one body to another, are particularly pertinent in the case of AIDS, especially in the late 1980s when its form and significance had yet to be fathomed.

1 For an account of the *AIDS* logo's various forms, see Allan Schwartzman's untitled essay in *General Idea: The AIDS Project*. Toronto: The Gershon Iskowitz Foundation, 1989, pp. 5–15; quoted in Gregg Bordowitz, *General Idea. Imagevirus*. London: Afterall Books, 2010, p. 1.

General Idea's AIDS logo was an attempt to interpret the unintelligible: "(...) the emergence of the disease, the reason why it became a crisis and how that crisis affected the lives of the three artists in General Idea."² As in their work prior to the AIDS crisis, the collective uses language as material, playing with its instability in the process of giving meaning. They play with language, particularly when it is constructed by the media or by other authorities, such as doctors or the state, in order to manage "crises" or historical moments of uncertainty. If not foreclosed by such "official" language, these events could otherwise remain open to self-generated meanings emerging from the actions and feelings of civil society before these enter into a language, *i.e.* a fixed form.

General Idea does not seek distance from the way meanings become articulated into language, but rather attempts to infiltrate acts of disturbance within these codes of language formation. Like a virus, which destabilizes the organic strength of a body, putting the entire body organism in a precarious state of being at once the same and different, the AIDS logo repeats itself many times, yet with each repetition it takes a different form, each form creating a different meaning. As Gregg Bordowitz, an American writer, artist and activist working during the time of the AIDS crisis pointed out:³ "The primary idea guiding their decisions for *Imagevirus* was that of the virus. AIDS is a mindless repetition, an automatic self-reproduction, [...] a oneness infinitely repeatable as both one and many-all-the-same. In each new cell that a virus infects it makes more of itself."⁴

88

The collective was influenced by experimental literature, in particular by figures such as Gertrude Stein and William S. Burroughs. Through repetition and seriality these writers were attempting to disrupt the linear coherence of narrative, focusing instead on the unknown and the undecipherable as constituent elements of human life. As in these experimental modes of poetry and storytelling, the Canadian collective sought not to represent reality or to change it but rather to decode it.

These acts of interpretation do not focus on the content of language as articulated by the media, but rather on the pervasive effect upon the collective imaginary of the medium of communication itself. Such a vision derives from the influence that Canadian sociologist, philosopher and literary critic Marshall McLuhan had on General Idea's practice: as he famously noted, "the medium is the message."⁵

2 Gregg Bordowitz, *op. cit.*, p. 4.

3 Although the title *Imagevirus* referred a series of five editions using the AIDS logo (1989-1991), Bordowitz used this title to speak of General Idea's entire body of work dealing with AIDS.

4 *Ibid.*, p. 11.

5 For an exhaustive account of the various theoretical and literary influences in the work of General Idea, see: AA Bronson, "Myth as Parasite/Image as Virus, General Idea's Bookshelf from 1967-1975," in Fern Bayer (ed.), *The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, pp. 17-20. For further reading on McLuhan see: Marshall McLuhan and Quentin Fiore, *The Medium is the Message*. New York: Bantam Books, 1967.



Imagevirus, 1989-1991



This conception of communication is pertinent to understanding why the Canadian collective did not engage with the AIDS crisis specifically through activism, as many artist groups in New York did in the late 1980s.⁶ Rather than abandon art in favor of activism, General Idea continued to produce what many artists of the time considered to be an “irrelevant” form, *i.e.* a “disengaged art.” As AA Bronson confessed, speaking of the collective: “We had abandoned our hippie backgrounds of heterosexual idealism, abandoned any shared belief that we could change the world by activism, by demonstration, by any of the methods we had tried in the 1960s—they had all failed.”

6 There were several activist groups in New York City, and most of them involved artists whose activist practices responded to government inaction on AIDS. See, for instance, ACT UP (the AIDS Coalition to Unleash Power), founded in 1987 as a militant direct-action group to fight government inaction; the collective Gran Fury, which was part of ACT UP and whose activity focused on creating posters to inform public opinion; DIVA (Damned Interfering Video Activists), which functioned as the documentary arm of ACT UP; MHA (Metropolitan Health Association) who created explicit posters and plastered them in the New York subway system to educate the public on the right way to put on a condom or to clean needles. For a more exhaustive account see: Gregg Bordowitz, *General Idea. Imagevirus*. London: Afterall Books, 2010 and Douglas Crimp, “AIDS: Cultural Analysis/Cultural Activism.” Cambridge (MA): *October*, Vol. 43 (Winter 1987), pp. 3-16.



View of exhibition at Württembergischer Kunstverein, Stuttgart, 1992

He continues: “We abandoned bona fide cultural terrorism, then, and replaced it with viral methods.”⁷ Borrowing the idea of the virus as a creative force from Burroughs,⁸ what is meant by “viral methods” is a process of living “(...) like parasites on the body of (their) host.”⁹ The host being alternately: the structure of the society, its media, art, and, of equal importance, the human body.

The idea of a virus thus serves to describe the actual existence of an illness, like AIDS, and a factual condition for looking creatively at the world. In that case, the epidemic might not be merely a “constructed scientific object (but) also a historical subject, a ‘human immunodeficiency virus,’ a real source of illness and death that can be passed from one person to another under certain conditions that we can apparently—individually and collectively—influence.”¹⁰ This idea

7 AA Bronson, *op. cit.*, p. 18.

8 See William S. Burroughs in *Electronic Revolution*: “I have frequently spoken of word and image as viruses or as acting as viruses, and this is not an allegorical comparison. It will be seen that the falsifications in syllabic Western languages are in point of fact actual virus mechanisms.” Paris: Henry Chopin/Collection OU, 1971, p. 38; quoted in AA Bronson, *op. cit.*, p. 19.

9 *Ibid.*, p. 18.

10 Paula A. Treichler, “AIDS, Homophobia, and Biomedical Discourse: An Epidemic of Signification.” Cambridge (MA): *October*, Vol. 43 (Winter 1987), p. 69.

that the AIDS virus cannot be deciphered and contained by science alone helps to combat the epidemic's purportedly official history—one in which the spread of the virus was linked to morality. In the US of the late 1980s and early 90s, a conservative political agenda concerned with protecting a heteronormative, white-centric and bourgeois view of society stigmatized homosexuals, drug users, people of color and poor people as “high-risk groups.”¹¹

Statistical mapping of at-risk social “categories” showed sexual promiscuity to be the main cause of the spread of the virus. This gave opening to the mainstream media and to conservatives (politicians, scientists and academics) to conclude that AIDS was “(...) some alien force determined to wipe out the human population, or maybe just to target specific groups.”¹² The AIDS crisis was also about identity politics. It was a social, political and—no less importantly—linguistic struggle for identity: the struggle to give the virus an identity and a representation.

It is into this linguistic struggle that General Idea inserts its “viral tactic,” affirming the principle that living with AIDS is an unrepresentable reality. It affects each person differently: their feelings, emotions, and ever-evolving changes in their bodies. The epidemic is a collective situation, but also an individual experience. As such, it is impossible to describe it objectively through the universal parameters of a science that groups individual subjects under the heading of a single virus. Contrary to the official historical narrative, the epidemic is not exclusive to specific social groups: it is a virus, or rather viruses that invade a multiplicity of identities.¹³

91

The impossibility of constructing a definitive narrative for the AIDS crisis (both in terms of identity politics and unilinear scientific interpretations) is well represented by one of the forms that the AIDS logo assumed. *AIDS* (1989) was a silver-lacquered metal sculpture (based on the finish of a silver Porsche) installed on a major shopping street in Hamburg, Germany from October 1991 until February 1992.

11 This homophobia of the late 1980s exploded against the backdrop of a more tolerant context in the previous decade. In the late 1970s, the Lesbian and Gay Liberation Movement had great success in raising consciousness about the diversity of human sexuality.

12 Gregg Bordowitz, *op. cit.*, p. 22.

13 As Gregg Bordowitz noted referring to “high-risk groups,” i.e. gay men, drug users, people of color and the poor: “(...) these divisions are artificially constructed terms of exclusion. For example, poverty is disproportionately high among people of color but poverty is not an essential condition of race. You could be black and gay and a drug user and female. Or you could have AIDS and not be part of any high-risk group.” In *General Idea. Imagevirus*. London: Afterall Books, 2010, p. 9.

AIDS is an artwork that exists in a solid and fixed form: a sculpture in metal. At the same time, it is also a permeable “art-model.” While this mutability and expansion had previously been made manifest through the different forms, scales and colors of the logo, this piece includes a measure of interactivity with the public. By virtue of its installation on a busy street in the center of Hamburg, it became part of the public space of the city, and was thus subject to graffiti by passersby. This sculpture and the subsequent modifications made to it by members of the public open the AIDS logo as an arena for both shared and contested meanings about the virus.

The contrast between a definitive “scientific” acronym that gave a name to AIDS and the variety of responses to the sculpture by passersby (we read for instance: “Not just gays and blacks have AIDS: find a cure”; or “Love is all you need”) points to the idea of the format or the medium as an empty container. The form might exist, yet represent and perform no meanings outside of the medium itself (a sculpture). Simultaneously, it remains open to a plurality of significations, never regrouped under a definitive meaning. This idea parallels General Idea’s position in relation to identity politics as queer (a term that rejects classification of sexual identities but that rather overcomes such identity categorization in favor of a more inclusive, oblique and transversal notion of sexuality).¹⁴ In a recent interview, AA Bronson states: “The concept of gayness is of course a modernist invention, and the word ‘queer’ is an attempt to escape the limitations of that word. (...) In the end, we have used the word queer to include all kinds of marginal and disenfranchised in society.”¹⁵

To exhibit and address issues around AIDS today when two of General Idea’s members, Felix Partz and Jorge Zontal, died of the virus in 1994, with AA Bronson being the only surviving spokesperson for the collective, is a different story. Living with the virus today means experiencing the quotidian repetition of a life with pills that you have to take with you whenever you travel; it means taking them everyday; it means facing a reality in which your body changes because of the effects of the cure, looking in the mirror and discovering a new person; it means being fluid and accepting the many medical experimentations; it means acknowledging that your body is a testing ground for proving their efficacy. Knowing that you probably won’t die soon, “you can live as a normal person” while forced to live with the sound, smell and taste of the pills (taking them at the same time every day). It means

14 As AA Bronson explains his disillusionment with the activist practices of the 1960s: “Now we turned to the queer outsider methods of William S. Burroughs, for example, whose invented universe of sex-mad, body-snatcher espionage archetypes provided the ironic myth-making model we required (...)” In AA Bronson, “Myth As Parasite/Image as Virus, General Idea’s Bookshelf from 1967-1975,” in Fern Bayer (ed.), *The Search for the Spirit: General Idea 1968-1975*. Toronto: Art Gallery of Ontario, 1997, p. 18.

15 “Interview with Anne Pasternak and AA Bronson,” *Creative Time* website: <http://creativetime.org/programs/archive/2008/invocation/interview.html>; p. 6.



AIDS chenille patches, 1994

living one day, one year or for the rest of your life with AZT, the anti-HIV drug that reduces the amount of virus in the body (as represented by General Idea's gigantic models of the five pills one takes in a day: *One Day of AZT*, 1991; or by the 1825 capsules one takes over a year: *One Year of AZT*, 1991).

In the General Idea exhibition at Museo Jumex, the second part of the group's production (1987-1994) dealing with AIDS will also be exhibited. Among other works in the exhibition, we have: *Imagevirus (Posters)* (1989) documenting the first AIDS poster project, which was carried out on the streets of New York City in November 1987; *Imagevirus (Times Square)* (1989) documenting a computer-generated AIDS animation appearing every twenty minutes on the Spectacolor Board at One Times Square, rotating in a loop with other advertisements; and others that document the poster installed in every second subway car of the Metropolitan Transportation Authority in New York in 1989, *Imagevirus (New York Subway)* (1991) the sculpture installed in the streets of Hamburg, *Imagevirus (Hamburg)* (1991) or the silkscreen vinyl strips on seven trams circulating through the center of the city, *Imagevirus (Amsterdam)* (1991).

While these works are photographs that depict the posters of the AIDS logo invading public spaces in Europe and the US in multiple forms, they also work today as art objects with their own autonomy. They become other formal devices



Imagevirus, 1989-1991

when exhibited in a gallery. As traces, such artworks function in a “performative” sense: annihilating the presence of the past audience (as passersby or voyagers in the tram or metro) and the possibility for such artworks to be subject to modification (for instance through graffiti or deterioration). Such arrests in motion between past and present perhaps parallel the ‘immobility’ or ‘inaction’ in the contemporary discourse around AIDS. No longer seen as an emergency (as noted, people with access to drugs do not die of the virus anymore), the virus is now just categorized scientifically, with its own protocol and its own routine; it is largely absent from media discourse and has been subsumed into the economic interests of multinational pharmaceutical corporations.

The three gigantic helium-filled pills suspended in the air and secured to the ground by ropes in the Museum’s plaza serve as reminders, then, not only of the past living conditions of people with AIDS, but also of the ongoing persistence of the virus. General Idea’s *Pharma©opia* (1992) deals with the virus as a corporate pharmaceutical issue. By reproducing the pills on a giant scale, the piece aims to transform through exaggeration the meaning behind the pills. They are not only a medical treatment, but a living condition that is at once singular (each patient deals with a different medical protocol) and collective (it can affect everyone in society). They are gigantic pills that “refuse to be ignored and silenced.”¹⁶ They render visible an issue that was ignored by the US government and that remains absent from government and media discourse today, obscured for largely economic reasons. Dealing with AIDS today, and the legacy of the AIDS crisis, means to think through an image, a language, a “virus” that spreads everywhere, even in our own bodies. It means creating a “logo,” something easily identified, yet with an unstable meaning (like a relatively stable sculpture filled with helium and suspended in the air) and an intermittently changeable shape, as mutable as a virus, which can engage in the ongoing confrontation with the disease.



Nightschool, 1986

Imágenes / Images:

Cortesía / Courtesy AA Bronson

Excepto / Except: pp. 15 abajo / below; 27, 28, 38 arriba / above, 65, 66, 73

Cortesía / Courtesy National Gallery of Canada Library and Archives

CUADERNILLO / BOOKLET

Ensayos / Essays
Agustín Pérez Rubio
Francesco Scasciamacchia
Gabriel Villalobos

Traducciones de / Translations by
Marcela Quiroz
Patricia Delmas, Polisemia

Coordinación editorial /
Editorial Coordination
Arely Ramírez

Diseño gráfico / Graphic Design
Carla Valdivia

Publicado por / Published by
Fundación Jumex Arte Contemporáneo

