

*Shanzhai*

Byung Chul-Han

2022

*Shanzhai*

Byung Chul-Han

Edición: pixel2pixel

Última edición: agosto del 2022

Esta es una edición pirata, se podría imprimir en el año 2086 cuando pase al dominio público, pero *no* sé si estaré para esa época, si el mundo aguantará, o ambas.

Hecho en Argentina / *Made in Argentina*

# Shanzhai

El arte de la falsificación y la deconstrucción  
en China

SHANZHAI: FAKE

Shanzhai(山寨) es el neologismo chino que se emplea para fake. Hoy en día existen expresiones como shanzhaisu (shanzhaisu), 山寨主 (意;) cultura shanzhai (shanzhai wenhua, 山寨文 化) o espíritu shanzhai (shanzhai jingshen, 山寨精神) En China, el shanzhai abarca todos los terrenos de la vida. Hay libros shanzhai, Premios Nobel shanzhai, películas shanzhai, diputados shanzhai o estrellas del espectáculo shanzhai. Al principio,

el término shanzhai se refería a los teléfonos, a falsificaciones de productos de marcas como Nokia o Samsung que se comercializan bajo el nombre de Nokir, Samsing o Anycat. En realidad son más que meras falsificaciones baratas. Su diseño y funcionalidad no tienen nada que envidiar al original. Las modificaciones técnicas o estéticas les confieren una identidad propia. Son multifuncionales y están a la moda. Los productos shanzhai se caracterizan ante todo por una gran flexibilidad. Se pueden adaptar muy rápidamente a las necesidades o las situaciones concretas, cosa que no está al alcance de una gran empresa, pues sus procesos de producción están fijados a largo plazo. El shanzhai aprovecha el potencial de la situación. Este motivo es suficiente para considerar que estamos ante un fenómeno genuinamente chino.

La riqueza imaginativa de los productos shanzhai es en muchas ocasiones superior a la del original. Por ejemplo, existen teléfonos shanzhai con una

*Shanzhai* se  
terminó de  
componer el  
agosto del 2022  
en la computadora  
de una librenauta.  
Documento hecho  
con L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X. +  
software libre <3



función adicional para reconocer dinero falso . Eso los convierte en un original. Lo nuevo emerge a partir de variaciones y combinaciones sorprendentes. El shanzhai visualiza un tipo singular de creatividad. Sus productos van apartándose del original sucesivamente, hasta mutar en originales. Las marcas establecidas se modifican sin cesar. Adidas se convierte en Adidos, Adadas, Adadis, Adis; Dasida, etcétera. Juegan con las marcas a la manera dadaísta, lo cual no solo se revela como una expresión de creatividad, sino que también tiene un efecto paródico o subversivo frente al poder económico y los monopolios.

La palabra shanzhai significa originalmente “fortaleza de montaña”. En la famosa novela El ladrón de Liang Shan-Moor (shui hu zhuan, 水滸傳) se cuenta que durante la dinastía Song los rebeldes (campesinos, funcionarios, comerciantes, pescadores, oficiales y monjes) se atrincheraron en una fortaleza de montaña y combatieron contra el

el genuino espíritu chino. De hecho, la naturaleza, a pesar de que no está provista de un genio creador, es más creativa que la más genial de las personas. Los productos de alta tecnología a menudo son shanzhai de los productos de la naturaleza. La propia creatividad de la naturaleza responde a un proceso continuado de variación, combinación y mutación. La evolución también sigue el modelo de la transformación incesante y la adecuación. Occidente se sustrae a la creatividad propia del shanzhai al considerarlo meramente un fraude, un plagio y una ofensa a la propiedad intelectual.

El shanzhai se presenta como una forma híbrida intensiva. El propio maoísmo chino era una forma de marxismo shanzhai. Al no haber trabajadores ni proletariado industrial en China, se transformaron las enseñanzas marxistas originarias. Su capacidad de hibridación hace que el comunismo chino se apropie del turbocapitalismo. Los chinos no ven ninguna contradicción entre el capitalis-



El movimiento shanzhai desconstruye la creación como creatio ex nihilo. Shanzhai es des-creación. Frente a la identidad, reivindica la diferencia transformadora, el diferir activo y activador; frente al ser, el camino. Así es como manifiesta el shanzhai

desempeña un papel decisivo. El pensamiento creativo no tiene lugar como algo forzado o impuesto, no se da cuando se pretende forzar o imponer, sino que hay que estar dispuesto a que acontezca. Wu chi' significa 'ningún conocimiento'. Se refiere expresamente a que el saber no se puede activar como coacción, sino que se presenta en un estado abierto, primitivo, naif. Wu yí es la falta de anhelo, lo cual significa: no mostrar ningún deseo, ni interés, ni pasión, el gusto desinteresado' en el sentido de la estética de Kant o el mantenerse abierto sin interés, el desentenderse. Este modo pasivo de pensar o de actuar, sin conocimiento, sin pasión, es la idea que está en la base de la reflexión taoísta sobre la creatividad. El desentendimiento es la madre de la creatividad" (Hans Lenk, *Kreative Ajuste. Zur Philosophie und Psychologie der Kreativität* [Ascenso creativo. Hacia una filosofía y psicología de la creatividad], Frankfurt am Main, Suhrkamp, 2000, pág. 108).

corrupto régimen. Ya este contexto literario dota al shanzhai de una dimensión subversiva. Las apariciones shanzhai en Internet, que parodian a las de los medios estatales controlados por el Partido, se interpretan como actos subversivos contra el monopolio de opinión y representación. Es expresión de la esperanza en que el movimiento shanzhai deconstruya el poder de la autoridad estatal a nivel político y libere las energías democráticas. Pero si el shanzhai se reduce a su faz subversivo-anarquista, entonces se pierde de vista su potencial creativo y lúdico.

La novela *El ladrón de Liang-Schan-Moor* se asemeja al shanzhai sobre todo por su germen y forma de producción, y no por su contenido subversivo. Para empezar, su autoría no está clara. Se supone que las historias que conforman el corazón de la narración fueron redactadas por varios autores. Además, existen distintas versiones. Una de ellas está formada por setenta capítulos, otra por

a menudo tienen su propio encanto. Su creatividad, que es innegable, no se define por la discontinuidad y la creación imprevista de lo nuevo, que rompe por completo con lo antiguo, sino por un gusto juguetón por el cambio, la variación, la combinación y la transformación. La historia del arte china también se caracteriza por el proceso y la transformación. Todas las recreaciones u obras posteriores, que modifican incesantemente la obra de un maestro y la adaptan a las nuevas circunstancias, no son más que productos shanzhai magistrales. En China, la transformación continuada está instaurada como método de creación y creatividad.<sup>1</sup>

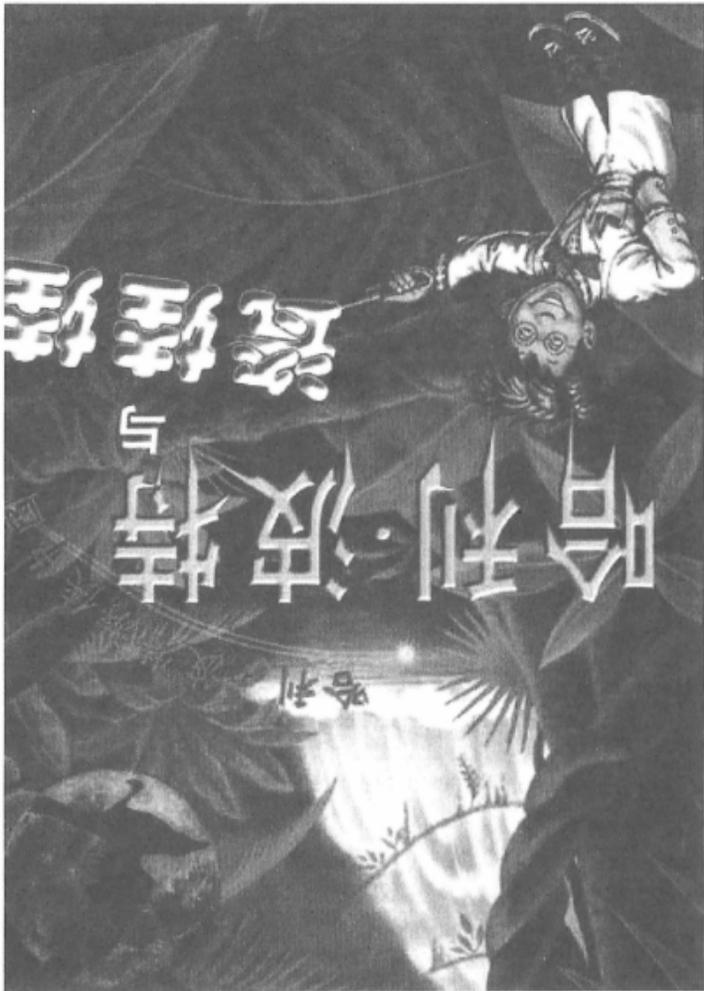
---

<sup>1</sup>La creatividad, que está en la base del movimiento shanzhai, presupone una adaptación activa, una combinatoria juguetona. Esta forma de creatividad no se refleja en los asiatismos trillados de la no acción o la contemplación. En su tratado sobre la creatividad, Hans Lenk tampoco parte de tales asiatismos: “En el taoísmo, por ejemplo, cuando uno piensa en *Dao De Ching* de Lao Tse, la no acción, el ‘wu wei’,

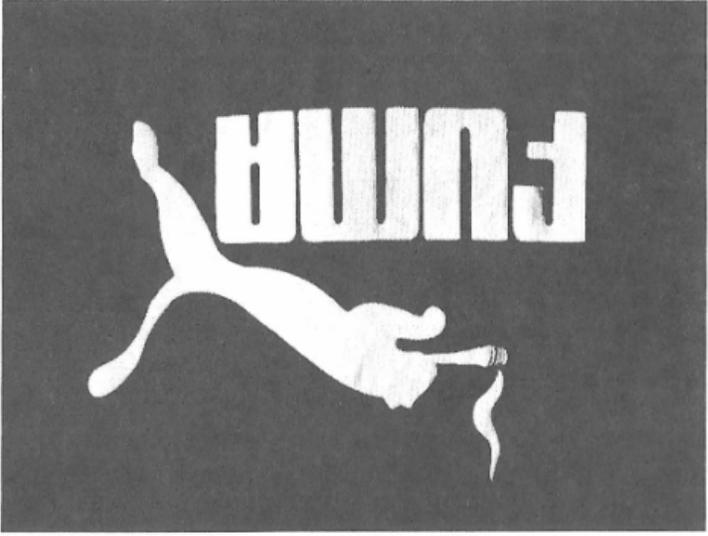
shanzhai

10

Zhang Bin, *Harry Potter y la muñeca de porcelana*



Shanzhai



¿Estamos ante una falsificación cuando a los hombres les salen alas, cuando un puma aprende a fumar o cuando la manzana adopta formas inverosímiles?

shanzhai

7

cien e incluso hay una de ciento veinte. En China, los productos culturales no suelen estar ligados a un autor individual. Con frecuencia tienen un origen colectivo y no son una forma de expresión de un individuo inspirado y genial. No pueden atribuirse claramente a un sujeto artístico, que llegara a declararse propietario o incluso creador. También hay otros clásicos, como Sueño en el pabellón rojo (hong lou meng, 紅樓夢) o Romance de los tres reinos (san guo yan yi, 三國演義), que no dejan de reescribirse. Existen infinitas versiones de distintos autores, con o sin happy end. En el terreno de la literatura actual china se observa un proceder parecido. Si una novela tiene éxito, no tardan en aparecer Fakes. No siempre se trata de imitaciones de nivel inferior que no disimulan su proximidad con el original. Junto a las falsificaciones manifiestas, también hay Fakes que transforman el original, ubicándolo en un nuevo contexto o dotándolo de un giro sorprendente. Su creatividad pasa por una

transformación y variación activas. También el éxito de Harry Potter puso en marcha una dinámica de este tipo. Hoy existe una gran cantidad de Fakes de Harry Potter, que dan continuidad al original transformándolo. Harry Potter y la muñeca de porcelana presenta una sinización de la historia. En el monte sagrado Taishan, junto a sus amigos chinos Long Long y Xing Xing, vence a su adversario oriental Yandomort, la contrapartida china de Voldemort. Harry Potter habla un chino fluido, aunque no maneja muy bien los palillos, etcétera.

Los productos shanzhai no pretenden engañar a nadie. Su atractivo consiste precisamente en que ellos mismos indican de manera expresa que no son un original, sino que juegan con este. El juego que habita el interior del shanzhai genera energías deconstructivas. Las marcas shanzhai también muestran rasgos humorísticos. La etiqueta del teléfono shanzhai iPncne se parece a la del iPhone original aunque un poco usada. Los productos shanzhai