



Project's display site>
Sítio de presentación
del proyecto

The Good Rumor Project> El proyecto del buen rumor/ Måns Wrangle/ OMBUD/ Co-participants> Co-participantes/ Enrique Herrera · Janet Colletti · Igor Isaksson · Don Scigliimpaglia · Manuel Chavarin · Dream Addictive Laboratory · Flamma Montezemolo · Jeromy Stallings · William Jewson · María Karlsson · Nodes/ Production> Producción/ Daniel Martínez · Márbara de León · Joy Decena · Zlatan Vukosavljevic · Esmeralda Ceballos

Acknowledgements> Agradecimientos/ Individuals> Individuales: Allen Guilmette · Rodolfo Cruz Piñeiro · Francisco Barraza · Redi Gomis · Luis Eduardo Cantú · Aarón Martínez · Jesús Madrigal · Manuel Quintana · Betty Juárez · Paty Blake · Cristina Astorga · Alicia Macedo · Fernando López Mateos · Lucille Neeley · Eloisa Haudenschild · Lola Cuenca · Karen Mercaldo · Randy Robbins · Cathe Burnham · Yolanda Walther-Meade · Hans Fjellestad · Damon Holtzborn · Dustin Hassard · Chris Ferreria · Ivette Herman · Charles Reilly · Joy Espíritu · Pat Moore · Tiffany Lendrum · Beverly Schroeder/ **Organizations> Organizaciones:** Metro Publicidad · Plaza Research · Ninthlink · VC Asociados · Yonke Arte · Galatea · Dream Addictive Laboratory · CCDC · L Street Gallery · JMI Realty · OMNI Hotel



Discussion with a group of nodes> Conversación con nodos del proyecto

Photo> Foto/ Staff/ Artist/ Alfredo De Stefano

Måns Wrangle (Åhus, Sweden, 1961)/ Lives and works in Stockholm>
Vive y trabaja en Estocolmo

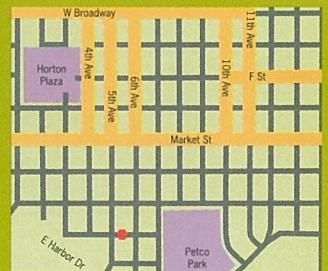
Interventions> Intervenciones/ Curator> Curador: Osvaldo Sánchez/
Associate Curators> Curadores asociados: Donna Conwell and Tania RagaSol

www.insite05.org

Dates> Fechas: August 26 - November 13>
26 de agosto – 13 de noviembre

Location> Sitio: L Street,
between 6th and 5th, Parkade,
downtown San Diego

www.thegoodrumor.com



Design> Design/ Strak

inSite_05/ Executive Directors> Directores ejecutivos: Michael Krichman · Carmen Cuenca/
Artistic Director> Director artístico: Osvaldo Sánchez

710 13th Street, Suite 305
San Diego, CA 92101
T 619.230.0005 F 619.230.0035
E info@insite05.org

inSite
Art Practices in the Public Domain
San Diego Tijuana



MÅNS WRANGE/ OMBUD
The Good Rumor Project>
El proyecto del buen rumor

The Good Rumor Project/ Måns Wrange/ OMBUD

Curator/ Donna Conwell



■ Rumors are not just idle speculation. They are based on xenophobic tendencies or our society's fears. Rumors are an echo of ourselves. They reveal the desires, fears, and obsessions of a society.

Dr. Jean-Noel Kapferer/ Foundation for the Study of Rumors



■ *The Good Rumor Project* appropriates and replicates the model of a social experiment. In seeking to invert the more common negative effects of rumor, Wrange and his collaborators constructed two "good" rumors: one about people in Tijuana that was spread in San Diego and one about people in San Diego that was spread in Tijuana. In contrast to normal rumors, the "good" rumors were created in dialogue with the actual subjects of the rumors through a series of focus groups. The "good" rumors were disseminated through a multifaceted strategy that combines some of the most advanced marketing techniques — viral/ word of mouth marketing — with structures borrowed from rumor theory as well as recent research on small-world networks and social network analysis. In addition, Wrange/OMBUD, in collaboration with YonkeArt, have produced a video that documents the project. By recruiting a selection of socially influential people ("nodes") from San Diego and Tijuana to help spread the "good" rumor, Wrange/ OMBUD engaged social actors in a shared activity that reveals how rumor is constantly constructed, defined and reinterpreted through a series of collective communicative acts. By tracing the organization of the interdependent communication channels in the border zone, as well as the spatial and temporal development of the "good" rumor, Wrange/ OMBUD reveal how society is predicated on an ever evolving communicative process. (D.C.)



■ According to several scientific studies, rumors often help to develop a positive self-image of one's own social group, by ascribing negative characteristics to people outside this group. As a result, rumors often reinforce the sense of difference between national, ethnic and socio-economic groups. This is especially the case in border areas such as between Mexico and the US. (Måns Wrange)

San Diego focus group> Grupo de enfoque de San Diego



Research documentation> Documentación de proceso

El proyecto del buen rumor/ Måns Wrange/ OMBUD

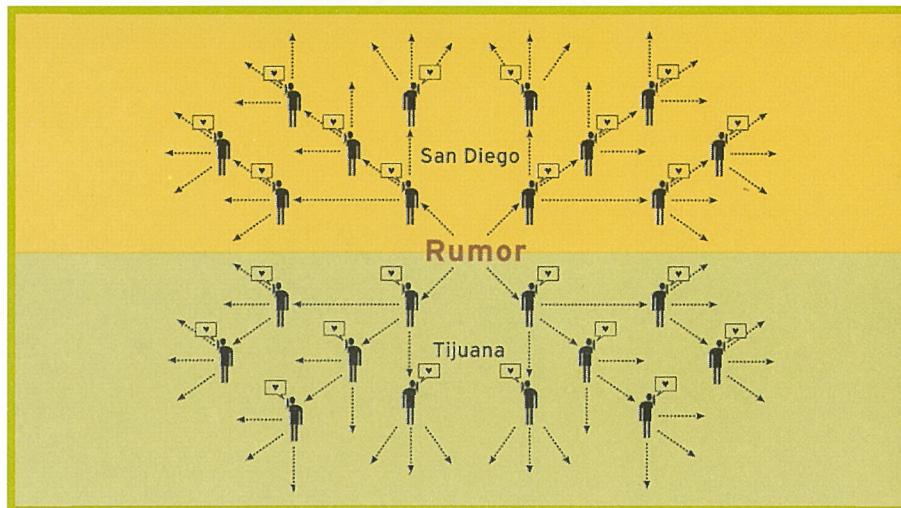
Curador/ Donna Conwell

■ Los rumores no son sólo especulación. Están fundados en las tendencias genofóbicas que alimentan los temores de nuestra sociedad. El rumor es un eco de nosotros mismos. Revelando los deseos, temores y obsesiones de una sociedad.

Dr. Jean-Noel Kapferer/ Foundation for the Study of Rumors

■ Con el *Proyecto del buen rumor* Måns Wrange creó una acción a fin de incidir en los flujos de narrativas orales entre San Diego y Tijuana. Su propósito era invertir el acostumbrado efecto negativo de los rumores con la creación y transmisión de "buenos rumores" sobre el "Otro"; en este caso concreto, rumores sobre ambos lados de la frontera, entre Tijuana y San Diego. Wrange trabajó en ambas ciudades con profesionales —especialistas en mercadeo de opinión, rastreo de perfil de públicos potenciales, y detección de nichos de mercado—, a fin de propiciar dos ficciones sobre el "Otro", que de algún modo tendrían un efecto real sobre la vida en esta área fronteriza. La expansión de los rumores se produciría tanto a través de estrategias cotidianas de comunicación bipersonal, como de otras estrategias sumergidas al seno de centros emisores de mensajes mediáticos. Por ello este proyecto involucró a un número exponencial de colaboradores anónimos quienes fungieron no sólo como intergrantes de grupos de foco para generar los rumores, sino como nodos de emisión de los rumores, a distintos niveles de contacto y potencial de dispersión. Wrange registrará un video de 20 minutos —en colaboración con la productora tijuanense YonkeArt— sobre la generación de esta campaña mediática, las formas en que los rumores se han esparcido, los cambios que han sufrido en su circulación y el impacto que han generado. (D.C.)

Graphic by the artist> Gráfica del artista



■ Según varios estudios científicos, los rumores a menudo ayudan a desarrollar una imagen propia positiva, al interior del grupo social al que se pertenece, al atribuir las características negativas a personas ajenas a ese grupo social. Como resultado, los rumores usualmente refuerzan el sentido de diferencia entre naciones, grupos étnicos y estratos socioeconómicos. Este es especialmente el caso en zonas fronterizas como las que separan México y los Estados Unidos. (Måns Wrange)