La obra de arte en la era digital

POR **FERNANDO R. CONTRERAS**

Se analiza críticamente la contribución de las tecnologías de la comunicación a la transformación de los conceptos tradicionales en torno a la obra de arte y a socavar la posmodernidad mediática, como se sostiene desde diferentes perspectivas en la era digital.

En este artículo hemos analizado críticamente el contexto ideológico de tecnologías digitales en el arte contemporáneo. Hace tiempo, Clement Greenberg (2002) definía la modernidad como un periodo de transformación continúa de los principios reguladores de la estética: el objeto principal en la obra de arte era a menudo el propio acto de creación.

Cuando los objetos son límites del espacio

En este texto nos hemos centrado en la importancia del medio en el proceso creativo a nivel discursivo y teórico, más que desde una perspectiva procedimental. La aportación instrumental de la informática gráfica, audiovisual, interactiva y de comunicación en red no se tratará en el presente artículo, para encauzar la investigación hacia las contribuciones culturales del contexto digital en las actuales manifestaciones artísticas.

Pensamos que el arte en su labor nihilista es capaz de tomar prestadas las cualidades de un medio digital y adaptarlas a su propio interés y discurso. Borriud comparte la misma reflexión cuando dice (Huyssen et al., 2008, pp. 33-34): «La foto de satélite y el sistema GPS, las cámaras de vigilancia, o el mapa, la expedición o la colecta de datos, pertenecen todos al dominio de las prácticas que el arte tiene que cuestionar con el fin de alentar una 'democracia de los puntos de vista', una policultura del imaginario: es decir, lo contrario a la monocultura de la información». La mirada del arte no es la visión de los medios de comunicación, aunque ambas recorren el camino de la representación de la realidad. No obstante, el arte y los medios parecen deslizarse en estratos distintos de esa realidad. En la misma dirección, sus discursos corren a niveles diferentes de profundidad, marcados por el uso que cada uno hace de la estética y de la ética. Es indudable el salto de los artistas posmodernos desde la periferia al centro, buscando el poder, más que mirándolo como otros espectadores más. Esto, como estamos dejando entrever, supone una relación distinta entre el artista y la dimensión estética o

Fundación Telefónica
Telefónica

ética de su obra.

El arte, como la cultura, es proceso en la posmodernidad. El arte es, en estos momentos, resistencia, oposición y conflicto frente al poder del orden hegemónico cultural de Occidente y su firmeza se basa en cualidades que son inherentes a las tecnologías: tiempo múltiple (instantáneo e inmediato), movilidad espacial o experiencias volátiles e inacabadas.

En el presente artículo revisamos nuestro objeto de estudio apoyados en una bibliografía que abarca desde la teoría del arte a la teoría de la comunicación y desde la filosofía del arte al pensamiento comunicacional. A continuación, hemos debatido sobre las principales características mediáticas del arte contemporáneo y, de modo inverso, también sobre las cualidades artísticas de los medios de comunicación, ya que a veces es complicado concretar esta matización sobre determinadas producciones de la industria de contenidos digitales. Nos referimos a los efectos de la tecnología de la comunicación que transforma radicalmente el concepto de arte basándose en el intercambio de información y en la interactividad.

La innovación introduce nuevas vías de comunicación entre el artista y su sociedad y entre la producción y la diseminación de sus ideas. Esto abre un importante debate sobre la neutralidad de la tecnología. Si bien en la década de 1960 el concepto de la comunicación electrónica era la ‘aldea global’, la expresión actual es *El mundo es una antena parabólica*. Y es Lovejoy (1990, p. 262) quien nos ofrece la aclaración de su significado: «Pero el tipo de cultura mundial que sale de esta ”parabólica” dista mucho de la utopía ideada en los años sesenta. El postmodernismo representa un “cambio” a escala mundial hacia un modo más pluralista de ver las cosas, con una perspectiva más amplia en lo que respecta a las posibilidades políticas y culturales». La condición digital introduce en el arte más democracia, más libertad de intercambio de experiencias estéticas entre un público más amplio.

Antecedentes

Existe una extensa bibliografía acerca de las cualidades mediáticas del arte contemporáneo y a su vez, ensayos sobre contenidos mediáticos que desarrollan destrezas y habilidades artísticas con el empleo de las nuevas tecnologías y sus posibilidades creativas (Allienz, 2006; Crawford, 1982; Giloth, 1990; Giddings y Lister, 2011; Guasch, 2000; Harrison, 1997; Huyssen, 2008; Ippolito, 1997; Lister, 1997; Manovich, 2005; Mitchell, 2001; Penny, 1997; Fernández, 1999; London, 1985; Tamblyn, 1990; Joselit, 2000; Lovejoy, 1990; Hallensleben, 1999; Cohen, 1997; Mitchell, 1990; Bernard, 2000; Goodman, 1990; Batchelor, 1990).

La literatura sobre arte y medios digitales en el marco de un idealismo posmoderno muestra en ocasiones una relación entre un pensamiento creativo que desecha el objeto y su materialidad, por la forma y la relación que establecemos con ella. También enfatiza el uso de la tecnología en la creación de simulacros y discursos sobre virtualidad. Tanto la negación de la materialidad del objeto como la exaltación de la forma están en perfecta sintonía con los simulacros y los discursos de las realidades virtuales que producen los medios digitales (videocreaciones, videojuegos o espacios interactivos en red).

El arte expresa lo que parece ser la filosofía de nuestro tiempo y que Molinuevo describe con

Fundación Telefónica
Telefónica

elegante sutileza: «Es una nueva forma de idealismo, en el que gozamos de las cosas como si fueran ellas, pero sin serlo» (Huyseen et al., 2008, p. 200). Amoldando las ideas de Molinuevo a nuestra opinión, podemos afirmar que el arte, como discurso auténtico saca a relucir en su producción estos ideales que se fundan en una liberación del cuerpo, en la sustitución de la forma por la materia y en las metáforas de la vida que continuamente crean el uso de las tecnologías.

De esta forma, se revelan las técnicas creativas del arte contemporáneo y su relación con la realidad. La apropiación, el arte contextual, el arte procesual, el arte conceptual, el *performance*, el *happening*, las acciones, las instalaciones son prácticas artísticas que juegan con la relación del espectador y un espacio delimitado por el objeto artístico, que se asemeja más al espacio de interacción o diálogo que produce un medio de comunicación por la proximidad de sus simulacros explicativos de la realidad.

La estética relacional, que tan acertadamente describe Bourriaud (2006), tiene ahora que ver con los entornos tecnológicamente construidos para la relación entre las personas. Hemos pasado de un arte situacionista que buscaba la construcción de situaciones, donde la relación entre las personas era debida a un ambiente creado por imágenes, a unos entornos virtuales, donde el ideal parece ser el mismo, basado en la figura del intercambio.

La tecnología de contenidos depende de las condiciones generales de la creatividad social, mientras que el arte inventa modos de vida o posee la habilidad de concienciar sobre el estado de los comportamientos sociales contemporáneos y ofrecer a través de la imaginación otras posibilidades futuras. El mismo teórico Bourriaud sostiene que «la influencia de la tecnología sobre el arte que le es contemporáneo se ejerce dentro de los límites que ella misma establece entre lo real y lo imaginario» (2006, p. 87).

Internet y el inconsciente

A nuestro parecer existe una estrecha relación entre el ideal que mueve el arte procesual (*Procesual Art*) y las nuevas formas mediáticas. Sin una evolución de las vanguardias artísticas del siglo XX a las nuevas manifestaciones artísticas de la transvanguardia, hubiese sido imposible explicar la presencia de la posmodernidad en las formas actuales de consumo mediático. Desde nuestro juicio, Jackson Pollock es una clave para la comprensión de este fenómeno. Su idea de la obra de arte como rito que deja una huella del mismo proceso de creación ayuda a comprender los mecanismos internos de la producción de contenidos generados por usuarios de las nuevas tecnologías.

Al desarrollarse Internet como un canal de difusión abierto, no solo a cualquier individuo, sino también a cualquier contenido visual, hemos conseguido superar las expectativas de la exhibición comercial. Benjamin establecía entre las funciones sociales más importantes del cine el equilibrio entre el hombre y las máquinas. La cámara de cine no solo era relevante en cuanto a lo que el hombre deseaba captar con sus imágenes, sino también en lo que de lo filmado rescataba para la representación de su propio entorno. La cámara de cine crea un rastro de huellas que facilita la comprensión de la existencia humana. La conciencia intencional de la cámara supera la dimensión estética de la obra de arte. Alcanza al inconsciente con la

BY NC ND

expansión del espacio producido por sus distintos objetivos o con la misma velocidad de filmación. Fue Benjamin quien denominó el 'inconsciente óptico' a estos sentidos ocultos en la producción y lectura de las imágenes.

Lo mismo que los estereotipos, las distorsiones de sentido, los arquetipos o los prototipos que reproduce el cine afectan a la psicosis, a las alucinaciones y a los sueños del individuo, la comunidad puede apropiarse de los modos de expresión del imaginario. Y lo dicho por Benjamin con referencia al cine podríamos extrapolarlo para explicar la inmensa producción de fotografías, vídeos o textos publicados en Internet: el cine rompe con la verdad heráclitea, ya no solo compartimos un mundo común durante la vigilia, sino que a través de las webcams y de su emisión abierta en red estamos compartiendo los sueños que cada cual tiene uno para sí.

Los contenidos de los canales de *videosharing*, *webcasting* o *webTV*, de *blogs* y de redes sociales, donde se produce el cambalache de fotografías o vídeos personales, crean un fenómeno sociocomunicativo que podría explicarse como un intercambio de sueños digitales o, sencillamente, como una manifestación de la misma necesidad humana de mirar nuestro reflejo en un espejo expuesto al público[1].

La comunicación y el intercambio de imágenes en la Red pueden tener una explicación de índole psicoanalítica: la liberación de la mente de tabúes. Aquí deseamos introducir, aunque sea muy brevemente, la cuestión del inconsciente y su relación con el arte. El intercambio de imágenes y otras representaciones secuelas de la creatividad social funciona en espacios electrónicos con una estructura similar a la descrita para el escenario del inconsciente humano. En algunas ocasiones, el *collage* de vídeos personales en un portal web recuerda a los experimentos surrealistas de Salvador Dalí, aplicando su método de la 'creación paranoica' para plasmar la visión de un mundo onírico.

No podemos obviar las afirmaciones de Jung sobre este aspecto. Las fantasías son hechos o realidades que pertenecen al mundo interior. Un puente, una catedral, un automóvil o un satélite fueron primero fantasías en la mente de un diseñador que pasaron de imágenes mentales a objetos físicos y observables. Estas fantasías son propias del pensamiento humano, no de las máquinas, como pretenden confundirnos algunas metáforas explicativas del 'cibermundo'. Por otro lado, la tecnificación que experimenta nuestra inconsciencia sí es un descubrimiento. La psique se comporta como se esperaría en un mundo sin tabúes o limitaciones sociales. Y este comportamiento inconsciente se reproduce y podemos observarlo en la Red Internet en numerosos ejemplos donde la privacidad se expone sin límites alcanzando la intimidad.

Sobre la libre creatividad de los usuarios en la Red

Las videograbaciones personales emitidas por Internet reproducen numerosos arquetipos del inconsciente colectivo. Desde el mito de Edipo a la figuración de los héroes, los arquetipos en Internet son prácticos tanto para la libertad de exhibición de los deseos como para estructurar modelos de conducta y comportamientos con los otros usuarios de este medio de comunicación.
Los individuos conectados en una red de intercambios viven una introversión progresiva, ya

Fundación Telefónica
Telefónica

que en vez de ser las influencias ambientales las que van configurando su persona, por el contrario, están más influidos por el factor subjetivo[2]. Si son individuos equilibrados lo exterior o lo subjetivo le afecta de la misma manera, pero en el caso de que una orientación predomine sobre la otra, encontramos perfiles de personas distintas.

La intuición es una guía tanto en la interpretación como en la creación del inconsciente. Cuando el individuo vive en un estado primitivo, como es el caso del incipiente y novedoso mundo virtual, la intuición adquiere un valor relevante. Es probable que alrededor del internauta sucedan muchos hechos impredecibles. Frente a ellos, necesitará la intuición para obtener más sentido que si se conduce por la percepción sobre un escenario artificial.

La intuición es una vía de conocimiento distinta de la experiencia. La persona con elevado grado de intuición en Internet sería, en términos de Jung, un introvertido intuitivo. No es una experiencia perceptiva la que ofrece sentido a lo que nos sucede durante la inmersión en los entornos virtuales.

Por el contrario, realmente dependemos de la intuición y esta es incompatible con la experiencia. Cuando sabemos de los casos de adolescentes que confunden la experiencia del mundo virtual con el mundo real (comportamientos o conductas que imitan de videojuegos), estamos frente a un problema de incapacidad de diferenciación entre el mundo consciente y el inconsciente. En estos casos, los individuos experimentan una disociación que les impide enfrentarse a los obstáculos difíciles, desagradables o inconvenientes de la vida, provocando seguramente decepción o frustración. En estos casos, el individuo es un estorbo para sí mismo, que pierde la conciencia sobre sus hechos y los confunde con los sueños.

El estudio es más complejo cuando los sueños pertenecen a un inconsciente colectivo y este es tan amplio como posibilita la conexión mundial a través de Internet. El intercambio de factores subjetivos es tan enorme que a primera vista resultaría imposible su estudio sicosemiótico. No obstante, aflora la universalidad de los arquetipos y de los mitos, que solo cambian en pequeños detalles, pero que realmente narran las mismas historias aunque estemos en lugares distintos del mundo. Esto podría argumentarse perfectamente a través de los estudios antropológicos que van desde Claude Levi-Strauss a Marvin Harris y en los que no vamos a profundizar en este artículo. El arte digital se nutre de las posibilidades creativas que ofrecen esas estructuras universales.

La relación entre el arte y el nuevo espíritu mediático: entre la apropiación y la estética pública

Abandonando el camino recorrido, continuaremos sobre las nuevas relaciones entre arte y tecnología, estableciendo un nuevo dualismo metafórico en términos cibernéticos similar a la conciencia e inconsciencia que apuntamos antes: nos referimos a la diferencia que distinguimos entre un mundo de presentación real de los objetos frente a un mundo de apropiación a través de la virtualización o recreación de realidades mediante modelos (Penny, 1997).

Fundación Telefónica

En plena posmodernidad, la apropiación permite al artista adueñarse del mundo a través de sus representaciones, estructuras semióticas o nuevos escenarios para la acción. La apropiación se funda en el intercambio, que es la misma lógica en la que se apoya el éxito de Internet. Según Penny, el artista no puede deshacerse de la propia ideología que arrastra la práctica con ordenadores.

La tecnología impone un modelo determinista y mecanicista de comprensión de aquellos escenarios que no son precisamente mecánicos. Esto no es una reflexión aislada. También Ippolito (1997) insiste en una mecanización de la estética a través del uso de bases de datos que almacenen los gustos de los consumidores o espectadores. Ippolito llega más lejos en sus reflexiones y se plantea las posibilidades de un 'arte genético interactivo', desarrollado por prótesis-algoritmos que reúnan las subjetividades que pueda invocar cada usuario a través de su imaginación. De la literatura consultada parece dilucidarse un enorme interés artístico por la transmaterialidad de las subjetividades a partir de agentes inteligentes, es decir, ordenadores con un pensamiento similar al humano.

Da la impresión desde la lectura profunda que tras la renuncia a la materialidad de la obra de arte desde el 'objetualismo' y con la idealización del arte conceptual y contextual, parece que el arte posmoderno es consciente de que no tiene un discurso sólido donde apoyarse y que sus obras se volatilizan en la materialidad efímera de la organización de una exposición y las estrategias de mercado diseñadas por hábiles comisarios. Esta debilidad manifiesta del arte abre las dudas sobre si realmente las tecnologías juegan neutralmente en la construcción de la obra del artista. El arte se considera a sí mismo muy frágil y teme que la tecnología desborde el significado de la obra con su peso ideológico.

Este miedo comienza en la virtualidad informática que actúa sobre la obra de arte desde la 'fisicalidad', es decir, como un medio que otorga cualidades físicas a la obra en un mundo en el que solo existen las formas (las apariencias). Sobre ello sostiene acertadamente Harrison (1997) que el artista comienza a trabajar la pintura sobre un plano de dos dimensiones; la escultura se trabaja en tres dimensiones a través de la relación espacio/objeto; y ahora, los artistas que utilizan la tecnología digital trabajan en las cuatro dimensiones del ciberespacio, que concierne al espacio/objeto en relación con el tiempo. Para establecer esta última relación, Harrison defiende el uso de los hipermedios, como el medio idóneo que es capaz de estructurar conceptos y enlazarlos a través de la Red de Internet. Además, como los anteriores autores citados, sostiene la importancia que tiene el medio para emular el funcionamiento de la mente humana: «Una verdadera red de hipermedios debería borrar los límites de la interconexión ordenador-ser humano hasta hacerlos invisibles, y por tanto nos conduciría a la síntesis de la dicotomía ser humano-ordenador» (1997, p. 59).

El debate sobre el arte contemporáneo y su confianza en las posibilidades creativas de las nuevas tecnologías de la comunicación podría sintetizarse en los siguientes puntos:

— Desde la cultura posmoderna se ha afirmado la crisis de los grandes metarrelatos, incluyendo también al arte. Pese a esta renovación de la idea posmoderna de crisis del arte, lo mismo se sostuvo en la obra de Hegel (1827), y además esta tradición hegeliana se ha revitalizado siempre que hemos visto alteradas las condiciones tecnológicas de los procesos

Fundación Telefónica

creativos tanto en la pintura como en la escultura y, actualmente, por intervención de los medios digitales (Haynes, 1997, p. 76). De ello deducimos que se extiende una idea equivocada de lo que significa la crisis en el arte y que tiene que ver con una aceptación o rechazo de los medios digitales de expresión, que permiten la presentación de contenidos y la opción del artista de introducir en sus creaciones estas nuevas técnicas.

— La relación entre arte y tecnología no queda muy clara desde la teoría crítica de la cultura. Existe la sospecha de que la tecnología pueda imprimir su ideología colonizadora sobre el arte de culturas más débiles, ya que se trata de un producto de las sociedades capitalistas. Mientras que al arte se le supone una vocación universal –y por tanto, con un discurso abierto a todos en las mismas condiciones de recepción–, la tecnología impone un orden propio de las sociedades tecnificadas que no respeta otras identidades culturales. De la apropiación, técnica creativa del arte posmoderno, pasaríamos a hablar de domesticación o colonización (Fernández, 1999, p. 64). El arte, con el uso de las tecnologías digitales, impone una estética concreta, se infiltra en los relatos que componen las historias culturales de las sociedades provocando hibridaciones no deseadas y creando redes de dominio que adulteran el sentido democrático de un ciberespacio colaborativo.

— Desde una perspectiva más bondadosa, encontramos cómo la tecnología de la comunicación facilita nuevas manifestaciones del ‘arte público’ a través de la producción de entornos de intercambio entre artistas y espectadores. Dunn y Leeson (1997, pp. 31-36) exploran las posibilidades comunicativas de aquellos proyectos que estudian y ponen a prueba nuevas metodologías. Estos proyectos utilizan programas educativos, recursos multidisciplinares y las nuevas tecnologías de la comunicación, vinculando comunidades, centros educativos e instituciones académicas.

El arte, junto a la tecnología empleada como instrumento social, considera como nuevo objetivo la exploración interdisciplinar de nuestro entorno, nuestra cultura y las distintas modalidades de comunicación. Estos estudios no discriminan los nuevos espacios donde se desarrollan el potencial social creativo, empleándose espacios físicos, simbólicos o virtuales.

La secuela de la apropiación popular de los medios del arte

Sobra explicar la repercusión que ha tenido la afirmación de Marshall MacLuhan sobre la condición tecnológica de la comunicación: el medio es el mensaje. La actualidad de esta premisa condiciona todavía teorías sobre la comunicación digital. Sin embargo, el sentido de esta proposición ya se anticipaba desde el entorno del arte. A principios del siglo XX, el poeta Italiano Filippo Tommaso Marinetti adelantaba la misma premisa para su tiempo en *Destrucción de la sintaxis*: «Marinetti pensaba que la mente humana estaba influida por el telégrafo, el teléfono, el gramófono, el tren, la bicicleta, el coche y otros medios de comunicación, transporte e información; curiosamente, hablaba de la comunicación en estos términos exactos» (Hallensleben, 1999, p. 165).

Se deberían revisar los postulados creados alrededor de la estética de las vanguardias, pues es muy probable que encontráramos numerosas propuestas relacionadas con la explicación actual de la posmodernidad mediática. En este sentido, la obra de Walter Benjamin cobra una

Fundación Telefónica
Telefónica

especial importancia, ya que podría considerarse una bisagra entre la modernidad y la posmodernidad, entre la defensa de la cultura democrática de los medios y el rechazo a la vulgaridad en la creatividad social que consume una producción masiva, amorfa, impersonal y sin rasgos que pueda catalogarla entre otras manifestaciones del arte. Este es un debate que alcanza nuestros días y que aún no ha terminado.

En la opinión crítica de Adorno (1991), la estandarización del arte es resultado de un proceso de industrialización alcanzado mediante las tecnologías de comunicación. La radio, el cine, la televisión, la industria discográfica o la industria videográfica transforman el ritmo de los barrios obreros en los espectáculos modernos. De esta forma, en la actualidad *Disney Channel* nos presenta a Miley Cyrus (*Hanna Montana*) bailando y cantando en un concierto para el público infantil con la coreografía de los negros raperos de los barrios marginales de Nueva York. De una música que presume de su origen marginal y residual, la industria Disney ha hecho un producto que consumen los niños y los padres de una clase mucho más acomodada del mismo país.

De la aparición de la estandarización cultural en los medios de comunicación es responsable la burguesía refinada de las sociedades industriales, propietaria de los medios. La mercantilización de la programación de los medios masivos y la conquista de audiencia facilita la filtración de los contenidos mediocres. Todo lo contrario a lo que podría pensarse, una cultura democrática no tiene que ver con la tosquedad. Precisamente su refinamiento proviene de la tradición, del tiempo, de las raíces de los ritos y de su vinculación a los mitos en los casos de la cultura popular o de la búsqueda incesante de las posibilidades de explotación artística de la tecnología, como es el caso del cine, del arte videográfico, del arte multimedia o de la producción de videojuegos.

Lo multitudinario ha sido descalificado por la cultura burguesa. El arte y sus estilos han corrido paralelos a la sociedad y sus clases. Y del mismo modo que han existido acuerdos entre las clases sociales, hemos contemplado la unión de varios estilos de distinto origen en el arte. En esas fusiones, la tecnología ha abandonado la propiedad exclusiva de una clase social determinada. Los estilos se han mezclado cuando las tecnologías se han liberado y han sido accesibles a todos. Esta perspectiva crítica de una tecnología de la creatividad es natural siempre que entendamos que la cultura consistió una vez en un estilo que da forma a toda realidad externa.

Creación mediática y arte

Así también opina Spengler, que termina esta reflexión concretando que era el espíritu joven de lo multitudinario en las civilizaciones primitivas lo que solía añadirle un sentimiento cósmico a la representación. Tras el perfeccionamiento del lenguaje de formas es precisamente cuando cambia el significado de la cultura y pasa a ser un lenguaje de formas lleno de la más profunda necesidad simbólica (Spengler, 2007). La cultura vive momentos de esplendor a través de un mundo que se forma por el trabajo de artistas maduros: la delicadeza del arte egipcio, la perfección del templo jónico, el desarrollo de la escultura, el perfeccionamiento de la mezquita, la evolución del Renacimiento europeo desde la arquitectura de Miguel Ángel a la pintura de Rafael o Tiziano, alcanzando el siglo XVII con Rembrandt o la música de Enrique Schütz. De

Fundación Telefónica
Telefónica

este maravilloso mundo hemos conseguido la perfección de un lenguaje preespiritualizado de las formas. Ello fue posible a través de la fuerza creadora de los estilos.

Spengler reemplaza la noción de cultura moderna por el concepto de civilización. Ahora la cultura no tiene forma interior. El arte en las grandes ciudades es una costumbre, un deporte, un lujo, un excitante (Spengler, 2007, p. 103). Los estilos se ponen de moda y cambian velozmente; están vacíos de todo contenido simbólico.

En este mundo desespiritualizado, la creación mediática se vacía de simbolismo comunitario. Frente al arte se abren dos posibilidades de creación: la primera es una vía destructiva, que funda la filosofía nihilista y que denuncia la enfermedad del cuerpo social; la segunda vía es constructiva, se sostiene en la Teoría Crítica y es el camino a la cultura esplendorosa. La crítica de Max Horkheimer (2000) mantiene que el arte es la salida a la carencia de espiritualidad en la sociedad moderna. Y es que los símbolos que unían a los pueblos frente al destino cósmico son ahora casi siempre el lujo, la cultura ociosa y la ostentación.

La creación mediática a diferencia del arte ha supuesto un proceso de cosificación de los sentimientos de la vida, de las emociones arriesgadas y de la sustitución del alma por una racionalidad instrumental que domina la sociedad materialista. Horkheimer insistía sobre el problema acentuado de una sociedad cuyos individuos solo alimentan la sed de objetos y no sienten necesidad de revitalizar el espíritu y los grandes ideales. En una sociedad de masas es normal la pobreza creativa de los medios, pues si a nadie ya preocupa la ‘espiritualidad del arte’ (en los términos de Wassily Kandinsky), solo nos queda el espectáculo o el discurso fantasmal de las apariencias.

En el discurso de los medios falta convicción. El relato periodístico, como cualquier ficción de consumo, de usar y tirar, se deshace y desmorona. Concebida como acción en la lejanía que no obliga a nada, como dinamismo práctico que continúa en la tradición del mando, ordenando lo que debemos hacer y remediar. La televisión cuenta la historia desde el más blanco vacío, sin la presencia mínima de un átomo de devoción teórica o sencillamente, de compasión fáustica (de entrega o sacrificio, dice Spengler) e incluso, por qué no, de compasión mágico-cristiana. En el discurso de los medios es imposible la riqueza de los sentimientos distintos.

El discurso del arte es más reaccionario y menos conformista. El arte combate este vacío dando a las tecnologías nuevas posibilidades. Peter Campus, Bruce Nauman y Dan Graham van a utilizar los circuitos cerrados de televisión para reconfigurar la ideología de la identidad a partir de la naturaleza tecnológica del medio, que le permite tender puentes entre el espectáculo y el espectador y jugar artísticamente con nociones como la descomposición, el reconocimiento, la identificación y la reconstrucción: «Las posibilidades de la tecnología del vídeo causaron un enorme impacto en Campus cuando veía emisiones de la NASA por televisión, en las que videocámaras teledirigidas grababan en directo eventos como paseos por la Luna o lanzamientos de cohetes espaciales. La fascinación de Campus por la capacidad que posee la televisión de acortar distancias tan inmensas, de proporcionar información en directo nada menos que desde la Luna, podría indicar una obsesión por lo instantáneo, y un canto no ya a la “aldea global” al estilo MacLuhan sino a una “aldea interplanetaria”. Sin embargo, fueron más bien las consecuencias del distanciamiento que enmascara esta aparente instantaneidad

Fundación Telefónica

las que llegaron a ser una de las cuestiones clave que aborda Campus» (Joselit, 2000, p. 49).

Los medios de comunicación arrastran una paz estatutaria, como querían los estoicos, un ethos sin voluntad. El neobarroquismo televisivo aparece llenando de moral popular el discurso mediático. La vida se exhibe desde la frialdad en los informativos, pero estos no alcanzan jamás la solemnidad de la moral en la tragedia, en la que se comprende el peso de la vida. Nunca alcanzan a Shakespeare, Cervantes, Quevedo o Esquilo, porque del conocimiento de la miseria y de la tristeza sale el sentimiento de orgullo para sobrellevarla.

Una nueva creatividad artística

Ambos discursos, el de los medios y el del arte, empleando las mismas tecnologías no arrastran igual sentido ideológico. «La televisión sirvió de crisol para una realidad postmoderna. Claro está que hoy es el canal principal de transmisión de cultura e ideología». (Lovejoy, 1990, p. 261). Quizás por ello, la televisión más racional se eleva desde la experimentación, practicando nuevos géneros más próximos al arte desde la ficción (*Modern Family* es una serie cómica norteamericana, creada por Christopher Lloyd y Steven Levitan, considerada como un falso documental) o las nuevas formas narrativas audiovisuales, como son los trabajos de Jonathan Glazer, Stéphane Sednaoui o Mark Romanek, con dos vídeos musicales seleccionados por el MOMA de Nueva York: *Perfect Drugs*, de Nine Inch Nails, o *Bedtime Story*, de Madonna.

De nuevo, frente a la ineptitud mediática, el arte digital resuelve desde las posibilidades tecnológicas. La noción de espacio es recapacitada por una sutileza exquisita en el arte, imposible de reproducir por el discurso mediático. Para trabajar sobre una metafísica de la telepresencia o de la existencia electrónica, tenemos artistas como Jennifer Ringley, que emplean las *webcams* personales y la emisión a través de Internet. Para esta artista, este modo de comunicación genera un nuevo significado del espacio social, donde lo privado expuesto en público y la interacción comienzan desde alguien que está siendo visto. «Las webcams sacan a la luz cuestiones relacionadas con la vigilancia, la comunidad, los ciborgs, el espacio doméstico, la intimidad, la pornografía y la auto-imagen. Son un tipo de práctica artística con un contexto histórico artístico, y guardan correlación con la producción de documentales, el autorretrato y el performance». (Knight, 2000, p. 21). El control sobre la obra de arte se desarrolla tanto a nivel de producción como a nivel de distribución a través de Internet.

Más allá, el arte se atreve a extender su existencia artificial a través de la Red, constituyendo a partir de un lenguaje condicionado por la tecnología, la expresión del cuerpo en la figura del *cyborg* en una peligrosa fantasía que equipara la piel metálica con la carne. Con esta metáfora, el arte ha practicado la denuncia de la explotación del cuerpo como otro objeto de la sociedad de consumo, en particular el cuerpo femenino y desde el tecnofeminismo (véanse los textos de Judy Wajcman). En resumen, lo que afirmamos es que el arte es capaz de contrarrestar el efecto de la ideología innata en la propia naturaleza tecnológica del medio y resaltar el auténtico sentido de la obra.

A modo de conclusión

Fundación Telefónica
Telefónica

La obra de arte en la posmodernidad se ha servido de las posibilidades digitales de multiplicación de copias. Desde el vídeo, la fotocopiadora, el ordenador, sin olvidar la fotografía digital, los dispositivos se han hecho esenciales para la reproducción digital ilimitada de la obra de arte desde matrices numéricas.

La apropiación popular ha empleado esta cualidad para que las imágenes mediáticas se transformen en nuevos iconos digitales que hacen referencia al pasado y a una cultura familiar e integrada en el consumo de masas. Mediante la apropiación, la obra adquiere un nuevo significado social, un nuevo valor y un nuevo uso. Con el empleo de la iconografía mediática, el artista posmoderno diseña la estrategia que le permite cambiar el significado de su obra, modificando el contexto de su trabajo. Los artistas han transfigurado la noción aceptada del arte a partir de la crítica de determinados convencionalismos, como es lo original y la originalidad (la singularidad) que han dominado la consideración de la obra de arte. Esto ha sido posible por una tecnología de la multiplicación y de la diseminación.

En la posmodernidad, arte y medios han consolidado redes de comunicación que integran estructuras abiertas para ofrecer intereses plurales a los espectadores. Es precisamente esta metáfora de la Red la que permite una apertura del arte a nuevas experiencias que en ocasiones acaban en paradojas. La diseminación digital ha hecho de Internet una institución del arte burgués (la última invención de los museos o las galerías virtuales con acceso en red) que contiene a su vez ideales contraburgueses, subculturales y revolucionarios. Después del movimiento dadá, las vanguardias no han tenido audiencias masivas hasta la aparición de las tecnologías digitales. Quizás porque era necesario el carácter experimental en la aproximación al medio, sin un riguroso plan educativo de preparación, como se ha encontrado la obra de arte en otros periodos de su historia.

Agradecimientos

Deseamos mostrar nuestro agradecimiento a la Galería de Arte Rafael Ortiz de Sevilla, por su inestimable ayuda, no solo al alojar el proyecto-exposición *Hi, Q!* en su espacio, sino por los consejos expertos que nos ofreció Rafael Ortiz, basados en su gran experiencia.

Bibliografía

Adorno, T. W. (1991). *The Culture Industry*. London; New York: Routledge.

Alliez, E. (2006). Capitalismo, esquizofrenia y consenso de la estética relacional. *Nómadas*, 26, oct., 176-183.

Batchelor, D. (1990). Culture & Art. *Oxford Art Journal*, 13(2), 98-100.

Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz.

Benjamin, W. (2008). *Obras*. Libro I, vol. 2. Madrid: Abada.

Fundación Telefónica

Bernard, C. (2000, Winter). Bodies and Digital Utopia. *Art Journal*, 59(4), 26-31.

Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adrián Hidalgo.

Bustamante, E. et al. (2008). *Alternativas en los medios de comunicación digitales*. Barcelona: Gedisa.

Cohen, K. (1997, June). A Range of Critical Perspectives: Digital Culture and the Practices of Art and Art History. *Art Bulletin*, 79(2),187-216.

Contreras, F. R. (1998). *El cibermundo. Dialéctica del discurso informático*. Sevilla: Alfar.

— (2010). La bottega digital. Nomadismo, arte y creación. En A. Fernández Vicente (Coord.), *Nomadismos contemporáneos. Formas tecnoculturales de la globalización*. Murcia: Editum.

Crawford, C. (1982). *The Art of Computer Game Design*. Washington State University Vancouver [en línea]. Disponible en: *http://library.vancouver.wsu.edu/art-computer-game-design*

Dunn, P. y Leeson, L. (1997, Springer). The Aesthetics of Collaboration. *Art Journal*, 56(1), 26-37.

Ellul, J. (1979, Winter). Remarks on Technology and Art. *Social Research*, 46(4), 805-833.

Fernández, M. (1999, Fall). Postcolonial Media Theory. *Art Journal*, 58(3), 59-69.

Foucault, M. (1985). *Herculine Barbin llamada Alexina B*. Madrid: Revolución.

Giddings, S. y Lister, M. (2011). *The new media and techonocultures reader*. New York: Routledge.

Giloth, C. (1990, Fall). A Selected Chronology of Computer Art: Exhibitions, Publications, and Technology. *Art Journal*, 49(3), 283-297.

Goodman, C. (1990, Fall). The Digital Revolution: Art in the Computer Age. *Art Journal*, 49(3), 248-252.

Greenberg, C. (2002). *Arte y cultura: ensayos críticos*. Barcelona: Paidós.

Guasch, A. M. (2000). *Los manifiestos del arte posmoderno. Texto de exposiciones 1980-1995*. Madrid: Akal.

Hallensleben, M. (1999). The Work of Art in the Age of Digital Reproduction. *Visible Language*, 33(2), 150-171.
Harris, M. (2008). *El desarrollo de la teoría antropológica*. Madrid: Siglo XXI.

Fundación Telefónica

Telefónica

Harrison, D. (1997, Fall). Hypermedia as Art System. *Art Journal*, 56(3), 55-59.

Haynes, D. J. (1997, Fall). On the Need for Ethical Aesthetics. Or, Where I Stand between Neo-Luddites and Cyberians. *Art Journal*, 56(3), 75-82.

Horkheimer, M. (2000). *Anhelo de justicia: teoría crítica y religión*. Madrid: Trotta.

Huyssen A. et al. (2008). *Heterocronías. Tiempo, arte y arqueologías del presente*. Murcia: Cendeac.

Ippolito, J. (1997, Fall). Trusting Aesthetics to Prothetics. *Art Journal*, 56(3), 68-74.

Joselit, D. (2000, Summer). The Video Public Sphere. *Art Journal*, 59(2), 46-53.

Jung, C. G. (1994). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós.

Kester, G. H. (1997, Spring). Aesthetics after the End of Art. An Interview with Susan Buck-Morss. *Art Journal*, 56(1), 38-45.

Knight, B. A. (2000, Winter). Watch Me! Webcams and the Public Exposure of Private Lives. *Art Journal*, 59(4), 21-25.

Lister, M. (1997). *Imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós.

London, B. (1985, Fall). Video: A Selected Chronology, 1963-1983. *Art Journal*, 45(3), 249-262.

Lovejoy, M. (1990, Fall). Art, Technology, and Postmodernism: Paradigms, Parallels, and Paradoxes. *Art Journal*, 59(4), 257-265.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

Mitchell, S. (1990a). The Last Post? *Oxford Art Journal*, 13(2), 85-88.

— (1990b). The Return of the Aesthetic. *Oxford Art Journal*, 14(1), 92-94.

Mitchell, W. (2001). *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Penny, S. (1997, Fall). The virtualization of Art Practice: Body Knowledge and the Engineering Worldwide. *Art Journal*, 56(3), 30-38.

Spengler, O. (2007). *La decadencia de Occidente. Bosquejo de una morfología de la historia*

Fundación Telefónica

Telefónica

universal. Tomo I. Madrid: Austral.

Tamblyn, C. (1990, Fall). Computer Art as Conceptual Art. *Art Journal*, 49(3), 253-256.

Unamuno, M. de (2007). *Del sentimiento trágico de la vida*. Madrid: Austral.

Notas

1 Debo esta idea a Miguel Nieto cuando preparábamos nuestro videoperfomance.

2 Entiéndase como Jung lo explica: lo subjetivo es la influencia del inconsciente sobre lo consciente.

Fundación Telefónica
Telefónica