

JOSÉ LUIS
CRESPO FAJARDO
(COORD.)

Bellas Artes y Sociedad Digital

LINO GARCÍA MORALES - AIDA MARÍA DE VICENTE DOMÍNGUEZ -
CARMEN DE LA TORRE LUCENA - RUTH GARCÍA MARTÍN -
JOSÉ L. CRESPO FAJARDO - CARMEN ESTEVAN ESTEVAN -
MARÍA ANTONIA BLANCO ARROYO - GLORIA RICO CLAVELLINO -
SIMÓN ARREBOLA PARRAS

Cuadernos de Bellas Artes / 01



Comité Científico de CBA

Presidencia: Dolores Schoch, artista visual.

Secretaría: José Luis Crespo Fajardo, Universidad de Sevilla, US

Antonio Bautista Durán, Universidad de Sevilla, US

Aida María de Vicente Domínguez, Universidad de Málaga, UMA

Natalia Juan García, Universidad de Zaragoza, Unizar

Carmen González Román, Universidad de Málaga, UMA

Maria Portmann, Universidad de Friburgo (Suiza)

Ángeles Saura Pérez, Universidad Autónoma de Madrid, UAM

Atilio Doreste, Universidad de La Laguna, ULL

Ricard Huerta, Universidad de Valencia, UV

- Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.
- La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

JOSÉ LUIS

CRESPO FAJARDO

(COORD.)

Bellas Artes y Sociedad Digital



Colección CBA, Cuadernos de Bellas Artes

01 – Bellas Artes y Sociedad Digital

José Luis Crespo Fajardo (Coord.) | Precio social, 5,90 € y precio librería: 7,70 €

Editores: José Luis Crespo Fajardo (josecrespo@us.es) y Alberto Ardèvol (aardevol@ull.es)

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: Del Paisaje, la Memoria. Pintura de David Méndez.

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S.L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2012 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/edita.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/CBA.html#cba01>)

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CBA:

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/CBA/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-940111-3-9

ISBN – 10: 84-940111-3-8

D.L.: TF-478-2012

BELLAS ARTES Y SOCIEDAD DIGITAL

Índice

PRÓLOGO

Antonio Bautista Durán, 9

1 LA PRODUCCIÓN DE ARTE DIGITAL COMO PROCESO DE RESTAURACIÓN

Lino García Morales, 11

1. ARTE DIGITAL
2. ARTE DIGITAL COMO OBJETO DE RESTAURACIÓN
3. RESTAURACIÓN DIGITAL
4. OBJETO SISTEMA-COMPLEJO
5. CONSERVACIÓN EVOLUTIVA

2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN APOYADAS EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Aida María de Vicente Domínguez, 27

1. INTRODUCCIÓN
2. ALGUNAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS POR DIVERSOS MUSEOS ESPAÑOLES
 - 2.1 MUSEO DEL PRADO: NUEVOS FORMATOS ADAPTADOS A DISPOSITIVOS MÓVILES
 - 2.2 MUSEO GUGGENHEIM BILBAO: PRIMERA APLICACIÓN DE CONTENIDOS DINÁMICOS DE UN MUSEO EN ESPAÑA
 - 2.3 MUSEO NACIONAL DE ARTE DE CATALUNYA: EXPERIENCIAS CON EL IPAD
3. OTRAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: GOOGLE ART PROJECT

3 LOS ARTISTAS Y EL MERCADO DEL ARTE A TRAVÉS DE INTERNET. BUSCANDO CERTEZAS EN LA RED

Carmen de la Torre Lucena, 39

1. NUEVOS INSTRUMENTOS, NUEVOS MÉTODOS
2. CONCLUSIONES

4 MÁS ALLÁ DE LA INTERACTIVIDAD: LOS VIDEOJUEGOS COMO PROCEDIMIENTO ARTÍSTICO

Ruth García Martín, 49

1. INTRODUCCIÓN
2. EL VIDEOJUEGO COMO MEDIO DIGITAL Y OBJETO CULTURAL
3. LOS VIDEOJUEGOS COMO GÉNERO DE ARTE AUTÓNOMO
4. ¿PERO EXISTE ALGO LLAMADO ART GAMES O JUEGOS ARTÍSTICOS?
5. APROPIACIONES
6. INTERVENCIONES
7. CREACIÓN COMPLETA / JUEGOS ARTÍSTICOS.
8. CONCLUSIONES

5 CÓMIC Y CULTURA DIGITAL

José L. Crespo Fajardo, 75

1. INTRODUCCIÓN
2. LA EDICIÓN VIRTUAL
3. EL SOPORTE
4. EL FACTOR ECONÓMICO
5. NUEVAS DIMENSIONES

6 STREETAD: REFLEXIONES ARTÍSTICAS SOBRE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

Carmen Estevan Estevan, 83

1. INTRODUCCIÓN
2. LA VISIÓN DE LOS ARTISTAS
3. CONCLUSIONES

7 EVOLUCIÓN Y PROCESOS DE LA IMAGEN HACIA LO FOTOGRÁFICO

María Antonia Blanco Arroyo, 99

1. PRECEDENTES EN LA HISTORIA DE LA IMAGEN
2. LA IMAGEN Y SU REPRODUCTIBILIDAD
3. LA IMAGEN DE LA NATURALEZA Y SU ALCANCE CULTURAL
4. RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA Y LA IMAGEN REAL

8 INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN EL ARTE SONORO DE LA ERA DIGITAL

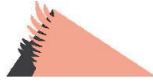
Gloria Rico Clavellino, 117

1. SOBRE ARTE SONORO
2. SOBRE LA ERA DIGITAL
3. TECNOLOGÍA EN EL ARTE SONORO DE LA ERA DIGITAL

9 LA FIGURACIÓN DIGITAL DEL DESEO

Simón Arrebola Parras, 131

1. LA IDENTIDAD DIGITAL
2. EL CUERPO DIGITAL
3. EL NUEVO DESNUDO
4. EL DESEO Y EL OBJETO CIBERNÉTICO DEL DESEO
 - 4.1. EL TIPO DE MIRADA ES FRAGMENTARIA.
 - 4.2. EL CUERPO DE IDENTIDAD COMPARTIDA
 - 4.3. LOS CUERPOS SE ENCUENTRAN *DECAPITADOS*
5. CONCLUSIONES



PRÓLOGO

ANTONIO BAUTISTA DURÁN

Facultad de Bellas Artes de Sevilla

¿PERMANECEMOS aún en la era industrial o hemos sobrepasado ya su frontera para alcanzar otro ciclo histórico superior? Somos muchos los que consideramos que estamos presenciando los inicios de una era plenamente digital, a la vista de los progresivos y manifiestos cambios en el modo de relacionarnos cultural, económica, social y políticamente.

Empezamos ahora a tener suficiente perspectiva como para realizar un análisis en profundidad acerca de los cambios que suponen este nuevo orden epistemológico, considerando primeramente la evidencia de cuánto ha cambiado nuestra forma de convivir con la tecnología respecto a otros tiempos no muy lejanos. Y es que en la actualidad podemos a través de Internet aprender y enseñar, crear arte, relacionarnos, investigar, publicitar o comprar prácticamente cualquier cosa.

Lanzamos mensajes de forma instantánea susceptibles de llegar a todas partes del mundo con repercusiones inmediatas. Vivir en

tiempo real acontecimientos lejanos y participar en ellos como si estuviéramos allí no es fantasía ni ficción. Hoy es posible.

En este momento se gesta un nuevo sentido de comunidad, de población real a la vez que virtual, absolutamente globalizada y que modifica con su capacidad creativa estándares obsoletos con los que acostumbrábamos a contemplar el arte.

En la sociedad digital, nuestra forma de vincularnos con las Bellas Artes evoluciona hacia nuevas correspondencias entre creador y espectador. A diario y a ritmo acelerado germinan nuevas ideas y novedades artístico-tecnológicas, por lo que me parece buena y necesaria la idea llevar un seguimiento de las mismas.

Las webs como escaparates del mundo digital poseen hoy por hoy un excepcional protagonismo en la manera de compartir y exponer diversos aportes de información.

Para el artista, su valor yace en el hecho de que se erigen como una extensión de su personalidad, una construcción puramente creativa que a modo de exhibidores o galerías, democratizan y hacen accesible el arte a un gran número de personas.

Lo que nos depare el futuro digital nos sorprenderá igualmente, pero para estar al día será útil contar con un material como el que se nos ofrece en este libro. Los procedimientos de restauración en el arte digital, las nuevas tecnologías y el campo de la museística, el mercado del arte en Internet, el videojuego, el cómic virtual, el arte sonoro, la publicidad y la fotografía digital, son algunos temas abordados en la presente obra colectiva, *Bellas Artes y Sociedad Digital*, que de seguro nos iluminará y hará más conscientes del histórico cambio cultural al que estamos asistiendo.

En la ciudad de Sevilla, abril de 2012



LA PRODUCCIÓN DE ARTE DIGITAL COMO PROCESO DE RESTAURACIÓN

LINO GARCÍA MORALES

Resumen

La conservación-restauración del arte digital es un proceso fuertemente dependiente de la producción debido principalmente a la obsolescencia tecnológica y a sus propias carencias metodológicas. Por ello tales procesos, sólo son posibles, desde una estrategia evolutiva que proporcione y facilite la mutación “programada” del bien.

Palabras clave: Arte, ciencia y tecnología; arte digital; nuevos medios; conservación y restauración.

* * * * *

Arte digital

LA PRODUCCIÓN de obras de Arte que utilizan tecnología¹ es extremadamente compleja en cuanto ocupa la intersección de áreas de conocimiento aparentemente irreconciliables. Las técnicas

escultóricas, calcográficas, pictóricas, han sido y son ampliadas con el inagotable manantial de herramientas e instrumentos “nuevos” que produce el desarrollo tecnológico. La fotografía, los audiovisuales (fílmicos, videográficos, sonoros), la computación, las interfaces, Internet etc. han sido paulatina, progresiva, pero indefectiblemente incorporadas al proceso de producción artística contemporáneo.

Un artista cuyas obras requieren de elementos computacionales, ya sea electrónicos, analógicos o digitales, tiene que recurrir mayormente a una formación autodidacta y/o a la externalización de algunas de sus funciones; hecho que conduce a carencias técnicas o a cierta debilidad metodológica ².

Barreca³ sugiere una posible aproximación a la producción en base a la combinación de los tres principales ingredientes de la revolución tecnológica del último siglo: *computación, comunicación y contenido*.

La *computación* incluye cualquier tecnología digital que consume, procesa y produce información; el elemento computacional por excelencia es el “ordenador” pero no el único⁴. La computación como *meta-medio*, debido fundamentalmente a su carácter procesual, ofrece una posibilidad relevante: la *interactividad* o *reactividad* cuya máxima expresión es la *inmersión/emersión*, una extensión sensorial que impulsa una mezcla de mundos, reales-virtuales. La computación introduce consecuencias importantes, desde el punto de vista de la Restauración⁵, como son la *inmaterialidad*, la *reactividad* y la *progresividad*.

La *comunicación* agrupa todas aquellas tecnologías que permiten el transporte de información entre dos extremos (nodos); ya sea entre procesadores, lugares o personas. La red de las redes, Internet, es el mejor ejemplo: una tecnología que conecta dos nodos cualesquiera del planeta y permite transacciones de información entre ellos.

El *contenido* está estrechamente relacionado con la información y su capacidad de reproducir determinadas reacciones estéticas. La información ha sufrido una gran revolución, debido en parte a la capacidad de procesado que ofrece la computación y a la de movimiento que ofrece la comunicación.

El mundo de hoy transcurre en la denominada tercera naturaleza: la vida internauta ⁶; a un abismo de distancia entre “la metafísica del pincel y la del píxel” ⁷. Computación, Comunicación y Contenido son meta-ingredientes del arte contemporáneo y es, en sus intersecciones donde; como formas de vida protozoarias compuestas por elementos metabólicos y vitales en plena expansión-contracción, absorción-repulsión, definición-indeterminación, emergencia-deceso; germinan las nuevas prácticas artísticas.

La poética se desplaza de la utopía a la heterotopía, de los centros a las periferias (al extrarradio), de la tradición a la simulación, adonde abunda la riqueza, la permutación, el diálogo, a un terreno de relaciones sin catalogar. La denominación de éstas prácticas⁸: *digital imaging, cinema, video, digital animation, interactive, digital installation, digital sculpture, virtual reality, augmented reality, robotic, net, software, computer, game, locative, artificial intelligence, artificial life (A-life), telepresence, digital music & sound, cell phone*, etc.; se asocia al medio que está relacionado con la tecnología, que se desplaza en espacio-tiempo.

Medios que se comunican entre sí (*intermedia*), híbridos, que sirven para crear nuevos medios (*metamedia*), que conectan información⁹ (*hypermedia, hypertext*), que saltan de uno a otro (*crossmedia*) o se expanden (*transmedia*) y ofrecen al sujeto, que no al espectador, no una historia, sino muchas, con la capacidad de explorar alternativas, atajos y vías paralelas y de influir con sus acciones, como es en el caso de la interactividad ergódica en los acontecimientos. Medios que fabrican información según la interacción con el sujeto receptor y, por lo tanto, construyen infinitos discursos y narrativas multilineales (de un orden imposible de explorar por un ser humano).

La interacción de estos tres grandes elementos propuestos por Barreca actúa como un meta-medio que genera nuevos conjuntos y subespacios con sus respectivas lindes osmeóticas y pueden servir como guía en la identificación de estrategias adecuadas de producción, preservación, conservación y restauración de un bien ¹⁰. La *producción*, desde este punto de vista, como proceso que genera la obra, no es única, sino múltiple; dicho de otra manera, se puede conseguir el mismo objeto-sistema-símbolo¹¹ con una amplia

capacidad de permutabilidad. ¿Cuál es la relación pues de la producción con la restauración?

La producción y/o la documentación afectan los procesos a posteriori de conservación, restauración y preservación; especialmente cuanto mayor sean sus debilidades. Desde otro punto de vista, todas las realizaciones (de esa amplia capacidad de permutabilidad productiva) de un objeto-sistema-símbolo no son igualmente conservables, restaurables y/o preservables; la naturaleza progresiva del bien le exige mutar, adaptarse con el transcurso del tiempo y ello debe ser incorporado en el proceso productivo; desde el inicio. La *conservación evolutiva* no es más que una conservación predispuesta¹² en el proceso originario de producción. La restauración sólo es necesaria, en este escenario, en caso de rotura o fallo general del objeto-sistema pero está condicionada igualmente por el proceso de producción.

Arte digital, como objeto de restauración

El objeto artístico, ya sea *producido* o *recreado*¹³, consta, desde el punto de vista de la Restauración de dos elementos funcionales básicos: *aspecto* y *estructura* cuya función es proporcionar *imagen* y *soporte*, respectivamente. Las “Teorías de la Restauración” no son tan antiguas; de hecho las prácticas de Restauración, tal y como se conocen hoy día, se iniciaron en el siglo XIX. Todas las Teorías “Ortodoxas” (que incluso podrían denominarse clásicas o tradicionales), sistematizadas en textos preceptuales (Brandi, Le-Duc, Ruskin, Boito, Maldini, etc.), tienen como objeto de Restauración la “materia”; representada en la Figura 1 por cajas negras por lo que, se podría deducir, serían aplicables a todo el patrimonio pre-moderno; obviando determinadas consideraciones filosóficas (relacionadas fundamentalmente con el concepto de “valor” según las instancias artística e histórica atribuidas al bien¹⁴). En este esquema la *imagen* funciona como *aspecto*; es la portadora estética, poética, simbólica, etc.; mientras que el *soporte* sirve de *estructura*, de base, y su valor está subordinado al de la imagen¹⁵. La materia es vehículo de epifanía de la imagen y, a su vez, esqueleto, sistema. El objeto, dada su naturaleza, se desdobra en *objeto-símbolo* y *objeto-sistema*.

Las Teorías “Contemporáneas”, en cambio, evolucionan dispersas, fragmentadas, en expansión (Viñas, *ob. cit.*). La experimentación del arte moderno, independientemente de sus connotaciones estéticas, trajo consigo una redefinición del objeto de Restauración; la aparición de materiales extra-artísticos, ajenos a la tradición académica de las bellas artes (procedente de procesos industriales, orgánicos, inestables, etc.) y la desaparición de la materia en la imagen (por la introducción de la película o *film*: ya sea fotográfica, fílmica o sonora y la inclusión de prácticas conceptuales, performativas, efímeras, etc.). En el arte contemporáneo, con la aparición de los “nuevos medios” esta fractura funcional del objeto-símbolo-sistema se acentúa. Desde la modernidad cualquier cosa podía ser arte, liberándose incluso de su materialidad; la contemporaneidad actúa simplemente como un amplificador ilimitado ¹⁶.

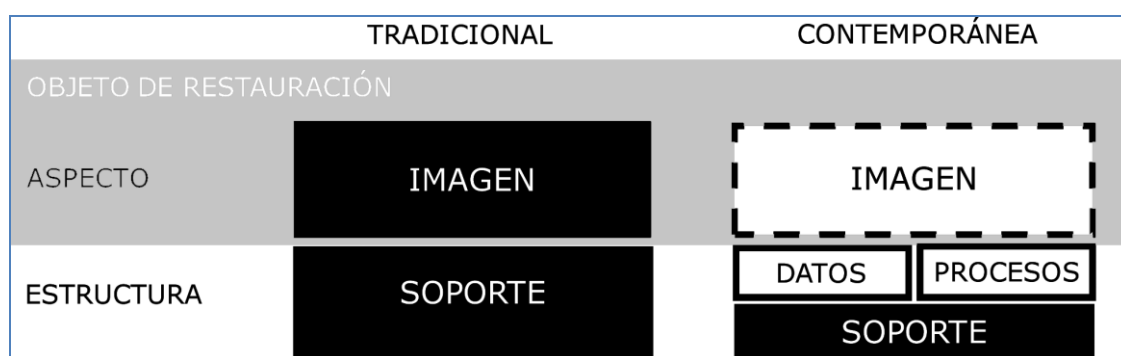


Figura 1. Objeto de Restauración desde las Teorías de la Restauración: ortodoxa y contemporánea

El objeto-sistema cobra “vida”, adquiere un ciclo-útil, debido a la introducción consciente de la dimensión temporal. La materia, objeto de las Teorías de Restauración Ortodoxas, es “pasiva”, se transforma con el paso irreflexivo del tiempo; sin embargo, la materia objeto de las Teorías Contemporáneas de la Restauración (del arte moderno y contemporáneo), es “activa”; requiere de un gasto energético (ya sea eléctrico, eólico, físico, químico, biológico, mecánico, hidráulico, neumático, etc. o cualquier combinación de estos) para manifestarse y alimentar el ciclo útil del objeto. Esta progresividad la proporciona el objeto-sistema a la vez que el objeto-símbolo se libera de su materialidad. El bien, desde el punto de vista estructural, es un sistema tecnológico que permite la manifestación aspectual del

sistema simbólico. La imagen del cine, y posteriormente de la televisión, el vídeo, la radio, el post-cine (spots publicitarios, videoclips, etc.) e incluso la fotografía es *inmaterial, intangible e inestable*¹⁷. La *progresividad* exige la acción del bien; la *reactividad* o *realimentación* una reacción; ya sea desde una instrucción (o práctica procesual) a la propia interacción con el entorno. Estas propiedades: *inmaterialidad, reactividad* y *progresividad*, son consecuencias exclusivas de la introducción intencionada de la dimensión temporal.

Las Teorías contemporáneas se extienden, no sólo para abordar estos nuevos retos sino también las contradicciones y conflictos que introducen con respecto a las Teorías ortodoxas. Las Teorías contemporáneas, como se ilustra a la derecha de la Figura 1 deben responder a la “compleja” naturaleza del objeto contemporáneo. El aspecto puede ser material, inmaterial o híbrido (como es el caso de las videoinstalaciones) y la estructura: híbrida¹⁸. Por último, en esta misma figura, se representa en una caja gris el objeto de Restauración que, como se puede apreciar, corresponde al objeto-símbolo. ¿Significa esto que la estructura (objeto-sistema) no es objeto de Restauración? No. Sin objeto-sistema no se produce objeto-símbolo. Este marco sólo insinúa la importancia de la transmisión del valor simbólico del bien al futuro; la Restauración de la estructura está completamente subordinada a éste orden; incluso en las Teorías ortodoxas.

Restauración digital

La Restauración, tal y como se entiende en este contexto, en la sociedad de la información, procede mayormente en el dominio digital. El arte tecnológico supera al arte digital al dejar abierta la opción a una intervención en el dominio analógico si fuera necesario¹⁹. El mundo, a la escala de interés, en este contexto, es continuo, analógico. Sin embargo, desde aproximadamente la segunda mitad del siglo XIX, Nyquist y Shannon demostraron que era posible “discretizar” la información (elemento de intercambio en los sistemas) sin pérdidas; esto permite observar, e incluso controlar, al mundo en un dominio binario mucho más económico formados por “unos” y “ceros” equivalente a su homólogo analógico.

Harry Nyquist conjeturó en 1928, en “Certain topics in telegraph transmission theory”, las condiciones de reconstrucción de una variable o señal continua a partir de sus muestras. Dicho de otro modo, la información completa de la señal analógica que cumple el criterio anterior está descrita por la serie total de muestras resultantes del proceso de muestreo. Claude E. Shannon demostró en 1948, en “A Mathematical Theory of Communication”, en lo que se conoce como Teoría de la Información, cómo se debe realizar esta cuantificación. La entropía determina el número promedio de bits necesarios para representar la información. La posibilidad de representar la información en una secuencia de números binarios; copiable infinita e idéntica, transmisible (libre de error) y almacenable de forma barata y segura, aceleró la tercera revolución industrial. Desde este punto de vista, se podría decir incluso que las otras dos “ces” bases de la revolución tecnológica: comunicación y contenido son consecuencias de esta primera: computación. Estos principios desdoblán la tecnología en dos partes bien diferenciadas: una dura (hardware), anfitriona, y otra blanda (software) compuesta de información; ya sea en forma de datos o de procesos. El hardware es materia, máquina, mientras que el software es intangible, instrucciones.

La producción artística contemporánea en la confluencia del arte y la tecnología es, desde finales del siglo XX y principios del siglo XXI, mayormente digital; salvo escasas rarezas y con la excepción del uso de dispositivos híbridos o transductores que permiten la interacción del computador con el mundo real. Las razones son múltiples pero, en la sociedad de la información, es la tecnología más barata, disponible, establecida y en expansión ²⁰ (de hecho en muchos países, entre los que se encuentra España, se ha jubilado la televisión analógica y ha sido relevada por la digital). La digitalización se puede considerar como una migración imprescindible que reordena los procesos de Restauración.

Esto no quiere decir que, cualquier bien producido con tecnología digital es “Restaurable” sino que la conservación evolutiva sólo es posible en este dominio. La *recreación*, como estrategia de conservación, debe migrar ²¹, además, a un sistema favorable a la evolución: a un sistema complejo.

Objeto sistema-complejo

El objeto-sistema *centralizado* fue, hasta prácticamente la década de los noventa, la única “fórmula” de producción artística. En esta arquitectura un único sistema “inteligente” procesa toda la información que consume del contexto ²² a través de una serie de interfaces y produce determinadas respuestas. La conmutación paralela y distribuida ²³ trajo consigo la descentralización y la posibilidad de producir sistemas mucho más complejos; sin embargo, todavía hoy, para gran parte de las producciones artísticas, este esquema es suficiente.

La formación de una red exige la interconexión de múltiples nodos según determinada *topología*. Desde el punto de vista sistémico la red centralizada es una red aislada, un sistema muerto; si bien consume/produce información desde/hacia el entorno, no tiene ninguna posibilidad de adaptación en cuanto consta de un único nodo²⁴.

La red *descentralizada* o *libre de escala* surge por la interconexión de los nodos centrales de varias redes centralizadas lo que produce pocos nodos muy conectados (*hubs*) y una mayoría débilmente conectados; con muy pocas conexiones; es dinámicamente eficiente, debido a su inherente heterogeneidad, y sigue una distribución de conectividad de tipo ley de potencias ²⁵: $p(x) \approx x^{-k}$.

En la red *distribuida* todos los nodos se conectan entre sí sin compartir uno o varios centros. La división centro/periferia desaparece y el control de la información es débil. Un ejemplo de este tipo de red es la *blogsfera*: un sistema virtual que “habita” en Internet, en el que se establecen comunidades de *weblogs*. Se podría decir, parafraseando la definición de la red social distribuida de Alexander Bard ²⁶, que lo que define una red distribuida es que todo nodo es independiente del resto, carece de capacidad y oportunidad para alterar directamente, el comportamiento de cualquier otro nodo; desde este punto de vista la red distribuida es una red de iguales.

En una red con *maximización de las conexiones* todos los nodos están interconectados. El elevado nivel de redundancia de esta red la hace inmanejable. En este tipo de configuración el número de aristas

se incrementa a mayor velocidad que el de los vértices lo que supone tal exigencia a los nodos que puede colapsar el flujo de información. “Todo nuestro entorno es un gran conjunto de redes superpuestas que en ocasiones se conectan entre sí y otras veces conviven sin llegar a verse”; visión que explica la influencia de una red en otra (A. F. Mallo, *op. cit.*):

“Así, las escalas se promocionan de orden de magnitud en orden de magnitud y, como dice el famoso ejemplo (por otra parte poco probable, pero ilustrativo), el aleteo de una mariposa (nodo de una red biológica) puede provocar a miles de kilómetros de distancia un efecto en una nube (nodo de una red meteorológica) de manera que se desencadene una tormenta, y ésta afectar al sistema de vida de una comunidad (nodo de una red socioeconómica), etc.”

Las partes, nodos o componentes son entidades autónomas y heterogéneas denominadas, en su sistematización grafológica, vértices o elementos e interactúan mediante sus conexiones dando lugar a patrones de comportamiento del sistema global difíciles de inferir en función de la estructura y dinámica del sistema. En gran parte de la literatura a los nodos se les denomina *agentes interactivos*.

En todos los sistemas, desde los más simples hasta los más complejos, se observa el trinomio flujo/función/estructura²⁷ que “implica una retroalimentación (*feedback*) evolutiva: pueden surgir nuevas estructuras que, a su vez, modifiquen el flujo, lo que, a su vez, posibilitaría la emergencia de nuevas estructuras”.

Un objeto-sistema complejo ofrece determinadas prestaciones “deseables” como son: la adaptación (relacionada con la auto-organización y la anticipación) y la robustez pero existen otras características atractivas. Una propiedad, muy sintonizada con el ámbito (producción artística), es la posibilidad de construcción de una red a partir de información incompleta (estados, comportamiento, restricciones). Otra, incluso más importante, es la capacidad de estandarización que ofrecen las interconexiones. Dicho de otro modo, la posibilidad de utilizar un “lenguaje de comunicación universal” entre los nodos y la independencia del nodo en sí con sus conectores al resto de la red hace posible crear una sistema que mute, absorba las nuevas tecnologías a la vez que preserve su

comportamiento; una estructura adaptativa con el mismo comportamiento dinámico, un objeto-sistema resistente a la obsolescencia tecnológica.

Las aplicaciones de ingeniería, como el desarrollo de un objeto-sistema, producen, con una metodología adecuada, sistemas: predecibles, estables, controlables, precisos, transparentes, eficientes y confiables que satisfacen determinados requisitos; el paradigma de los sistemas complejos aporta algunas propiedades, más útiles cuanto más rico es su comportamiento, para generar sistemas: escalables, perdurables, flexibles, evolutivos, adaptables, robustos, etc.

Conservación evolutiva

La Restauración del arte digital, para garantizar la transmisión del bien al futuro, se debe plantear desde el propio proceso de producción; lo que en este texto se denomina *conservación evolutiva*. Sólo así es posible mitigar los efectos de la obsolescencia tecnológica. Ello no obliga, sin embargo, al uso de tecnología alguna; tan sólo establece el “modo” de utilizarla para Restaurar, con un enfoque evolutivo, un objeto-sistema. El artista es absolutamente libre de desplegar estéticamente toda su creatividad en cuanto el objeto-sistema es completamente independiente del objeto-símbolo. Como señala Munari²⁸.

“Creatividad no quiere decir improvisación sin método: de esta forma sólo se genera confusión y los jóvenes se hacen ilusiones de ser artistas libres e independientes. La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos en manos de proyectistas creativos.”

Notas

- 1 La producción en la intersección arte, ciencia y tecnología tiene una compleja y difusa cartografía. Entiéndase, en este contexto: arte tecnológico, electrónico, digital, multimedia, de los nuevos medios, etc.
- 2 Del mismo modo el ingeniero que se acerca al mundo de la creación artística está obligado a suplir sus lagunas poéticas de modo autodidacta lo que, en muchas ocasiones, conlleva a la

producción de obras de gran rigor técnico pero con escaso interés artístico.

- 3 L. Barreca, *The International Debate around Conservation and Documentation of New Media Art 1995-2007*. Tesis doctoral, University of Tuscia, Viterbom, Italia, 2008.
- 4 La atribución de “inteligentes” a determinados dispositivos, con un clara tendencia a la masificación (tal es el caso de la computación ubicua) no es más que una referencia a la capacidad de procesado autónomo de información.
- 5 Por restauración se entiende cualquier actividad que aspire a “devolver” un bien a su estado original o auténtico perceptible mientras que la conservación incluye cualquier actividad que prepara un bien, interviniendo directamente sobre él, alterando sus características no perceptibles (incluso perceptibles por imperativos técnicos), para evitar o prevenir mayores alteraciones futuras. Ambos procesos se activan sólo en caso necesario. El término Restauración (con mayúscula) se utiliza, como propone Salvador Muñoz Viñas (S. M. Viñas, *Teorías contemporánea de la Restauración*. Patrimonio Cultural. Síntesis, Madrid, 2003.), para aglutinar los procesos de conservación-restauración; teniendo en cuenta la interrelación y el solapamiento de todas estas actividades. En este contexto se propone la inclusión de otros términos como la *preservación*, que incluye cualquier actividad indirecta, sobre el entorno, que ayude a “mantener” el estado presente de un bien (por lo que se considera a “largo plazo”); la *documentación*, una actividad residual que debe ser iniciada desde la producción como soporte al resto de procesos y es alterada, actualizada, por éstos; e incluso la *producción* en sí y las labores de conservación a “corto plazo”, como es el caso de la *exposición*. Ya sea a corto plazo (producción, exposición) o largo plazo (preservación, conservación y restauración) todos estos procesos, incluida la documentación, son susceptibles de ser aglutinados en el término Restauración, con mayúscula.
- 6 Llámese primera naturaleza a la vida agraria (cultura pre-moderna) y segunda naturaleza a la vida ciudadana (cultura moderna y posmoderna de primera generación).

- 7 A.F. Mallo, *Postpoesía: hacia un nuevo paradigma*. Anagrama, 2009.
- 8 En inglés sólo es necesario concatenar la palabra *art* a continuación de cada elemento de la lista y en castellano justo al revés; con alguna excepción como *videoarte*.
- 9 La causa del *hiperenlace* fue la sobreabundancia de la información. El resultado: un artilugio que permite encontrar y relacionar rápidamente cualquier dato con muchos otros; sin la necesidad de ordenarlos lineal o secuencialmente tal y como funciona la propia mente.
- 10 En este contexto un bien es una obra que pertenece al patrimonio cultural.
- 11 Notación que desestructura el bien funcionalmente en su capacidad estructural y de representación (simbólica).
- 12 Tal “predisposición” pasa por la elección de una opción productiva “conservable” a largo plazo; lo que, en un bien artístico basado en una combinación de los ingredientes tecnológicos de la tercera revolución industrial (computación, comunicación, contenido), significa una alta resistencia a la obsolescencia tecnológica o, lo que es lo mismo, una alta capacidad de adaptación a los nuevos desarrollos científico-técnicos.
- 13 La recreación (vocablo que proviene del latín *refectum* y que significa rehacer, reconstituir, restablecer) facilita un versionado evolutivo que aísla estructura y aspecto y mantiene la eficiencia funcional del objeto a la vez que preserva su valor simbólico para conseguir una Restauración practicable donde no era posible.
- 14 La restauración “tradicional” se fundamenta sobre determinados cánones: *autenticidad, reversibilidad, objetividad, historicidad*, etc.
- 15 De hecho las teorías ortodoxas legitiman el sacrificio del soporte en beneficio de la imagen.
- 16 Según Danto (*Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Estética. Paidós, 2010.)

“[la actividad artística al final de los sesenta] estaba gobernada por el principio (articulado por los dos más influyentes pensadores artísticos de aquella era, Andy Warhol y Joseph Beuys) de que cualquier cosa puede ser una obra de arte, que la obra de arte no tiene que ser de una manera especial, de que cualquiera puede ser un artista”.

Desde esta observación todo: materia o no, es susceptible de componer un bien y, por lo tanto, de Restaurar.

- 17 Algunos autores (J.L. Brea, *Las 3 eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image*. Akal, 2010) hacen una distinción híbrida, intermedia, entre lo material (imagen-materia) y lo inmaterial (*e-image*) con el *film*; se proyecta una imagen inmaterial, de luz, a partir de una imagen perceptible en el soporte; a diferencia del vídeo donde la imagen se produce a partir de información irreconocible depositada en el sustrato.
- 18 Esta representación muestra el objeto-símbolo-sistema del arte relacionado con la tecnología; en concreto del *arte digital*. Obsérvese que los datos y procesos son inmatrimales (representados en cajas blancas) y corresponden a la información y su procesado por el ingrediente computación del modelo de Barreca.
- 19 Un tubo fluorescente de Dan Flavin es analógico. Una posible Restauración de una pieza de Flavin podría pasar simplemente por la sustitución de los tubos; sin embargo, la obsolescencia tecnológica no lo permite. En (J. Ippolito, *El museo del futuro: ¿una contradicción en los términos?* 1998.) Ippolito narra una de estas situaciones con elocuencia: “Flavin escogió a propósito tan sólo los ocho colores estándar de los tubos fluorescentes disponibles. Cuando unos años más tarde el Guggenheim y el Dia Center for the Arts montaron una retrospectiva de sus trabajos, el conservador descubrió que uno de aquellos colores, el cereza rojo profundo, había dejado de comercializarse porque la exposición a un pigmento tóxico que revestía el interior del tubo representaba un peligro laboral para quienes lo fabricaban. Como consecuencia, los coleccionistas de los trabajos de Flavin tuvieron que hacerse con todas las bombillas rojo cereza que

podieron encontrar, y almacenarlas para ser utilizadas en futuras exhibiciones. Es sin duda una ironía que trabajos basados en la aparentemente infinita reproducibilidad de la fabricación industrial, ahora estén guardados en los almacenes del Guggenheim, junto a muchos kandinskys y picassos.”

Es muy probable que, en un futuro muy próximo, la Restauración de los tubos fluorescentes de Flavin pase por una recreación en el dominio digital que controle la luminosidad y cromaticidad de una ristra de LEDs (diodos emisores de luz) contenida en el tubo ahora sólo soporte.

- 20 Hacia la integración total en la vida de los sujetos en lo que se conoce como computación ubicua o *inteligencia ambiental*. De acuerdo con la Ley de Moore, los dispositivos electrónicos continúan reduciendo su tamaño, consumo y precio. Ello es aplicable por igual a cualquier componente de las “ces”: procesadores, dispositivos de almacenamiento o sistemas de comunicación.; lo que facilita la incrustación de dispositivos digitales en cualquier objeto de uso cotidiano y con ello la dotación de lo que se ha dado en llamar “sensibilidad”, (*smartness*), o, lo que es lo mismo, la propiedad, a modo de camaleones digitales, de cambiar su comportamiento de acuerdo con las circunstancias ambientales que le rodean.
- 21 Transcodificación del viejo al nuevo medio (L. Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica, 2006.).
- 22 El *contexto* determina el límite sensorial del sistema, la frontera continuo/discreto, realidad/virtualidad, representación/simulación.
- 23 En términos de distribución de “inteligencia” o capacidad de proceso.
- 24 Incluso si las interfaces fuesen inteligentes y tuviesen la capacidad de intercambiar información con el nodo “central” su caída cortaría el flujo con todos los demás.

- 25 La ley de potencia aparece de forma ubicua, universal (sociología, economía, física, biología, química, matemáticas, etc.) y responde a mecanismos muy generales, evolutivos (auto-organización). Los objetos fractales carecen de escala, conservan el mismo aspecto desde cualquier distancia, en todas las escalas. El exponente k determina la topología particular de una red libre de escala; en las redes no biológicas $k > 2$ (sociales, económicas, ecológicas, de comunicación e informáticas, eléctrica, etc.); mientras que en las redes biológicas (de regulación genética, de proteínas, neuronales, metabólicas, etc.) $k < 2$.
- 26 Sociotecnólogo sueco, coautor de “Netocracia” en 2002.
- 27 I. Prigogine, ¿Tan sólo una ilusión? Una exploración del caos al orden. Metatemas. Tusquets Editores, 2009.
- 28 B. Munari, ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Editorial Gustavo Gili, SA, 2004.

Bibliografía

- A.F. MALLO, Postpoesía: hacia un nuevo paradigma. Anagrama, 2009.
- A.C. DANTO, Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia. Estética. Paidós, 2010.
- B. MUNARI, ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Editorial Gustavo Gili, SA, 2004.
- I. PRIGOGINE, ¿Tan sólo una ilusión? Una exploración del caos al orden. Metatemas. Tusquets Editores, 2009.
- J. IPPOLITO, El museo del futuro: ¿una contradicción en los términos? 1998.
- J.L. BREA, Las 3 eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image. AKAL, 2010.

- L. BARRECA, *The International Debate around Conservation and Documentation of New Media Art 1995-2007*. Tesis Doctoral, University of Tuscia, Viterbom, Italia, 2008.
- L. MANOVICH, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica, 2006.
- S. M. VIÑAS, *Teorías contemporánea de la Restauración. Patrimonio Cultural. Síntesis*, Madrid, 2003.



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN APOYADAS EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

AIDA MARÍA DE VICENTE DOMÍNGUEZ

Resumen

El nuevo escenario digital permite incrementar la difusión del patrimonio artístico estrechando vías que facilitan, enriquecen y potencian la relación entre las obras artísticas y el público. Las nuevas tecnologías brindan múltiples recursos o técnicas a los museos para aumentar su visibilidad, informar en tiempo real de sus actividades, interactuar con los visitantes y personalizarles su visita, junto a un largo etcétera. Unos nuevos formatos a través de los cuales se puede acercar el patrimonio artístico a la sociedad, de diversas y diferentes formas, que ya han sido aprovechados por muchos museos.

Palabras clave: nuevas tecnologías, museos, difusión, estrategias de comunicación, cultura digital.

* * * * *

1. Introducción

LAS NUEVAS tecnologías ofrecen innovadoras alternativas que permiten acercar el patrimonio artístico al público a través del

nuevo escenario digital, ayudando a los museos a cumplir una de sus principales funciones, difundir su legado artístico, permitiendo que sea conocido en sectores más amplios y fomentando la conservación del mismo, tal y como indican algunos investigadores:

“La difusión del patrimonio nos parece uno de los medios más cualificados para proteger y conservar nuestro patrimonio, además de conseguir que los individuos, conozcan más su entorno y nazcan en ellos actitudes de solidaridad respecto a lo que es cercano, y a aquello que es diferente.” (Rico: 2004, Web)

Y es que, aunque en un principio se consideró que la inserción de los museos en el escenario digital podía convertirse en un competidor del museo físico, algunos autores como Deloche (2005: 16) ya advirtieron que las nuevas tecnologías no son una competencia:

“El razonamiento es muy simple: si el público puede ver las colecciones a través de Internet dejará de venir al museo, lo que provocará la disminución del número de entradas vendidas y, en consecuencia, de las fuentes de financiación de la institución. Sin embargo, venimos observando que el índice de visitas no deja de aumentar, lo que parece indicar que la competencia, si es efectivamente real, debe estar en otro lugar, allí donde no la esperamos.”

Por lo tanto, el escenario digital aporta a los museos un nuevo canal de comunicación, y las nuevas tecnologías les ofrecen novedosos formatos para dar a conocer al público sus actividades y exposiciones, junto a otros aspectos. Si la llegada de la nueva era digital ha obligado a los museos a adaptarse a ella, lo cierto es que éstos han sabido aprovechar las posibilidades que les brindan para incrementar la difusión del legado artístico:

“Hoy en día podemos decir que quien no está en Internet no existe, o en breve no existirá, el mundo de los museos lo sabe y es por eso que, cada vez más, se utiliza como canal privilegiado para la difusión, estudio y promoción de sus fondos.” (Areces, 2005: 247)

2. Algunas estrategias de comunicación utilizadas por diversos museos españoles

Numerosos museos ya han apostado por estrategias comunicativas apoyadas en las nuevas tecnologías para acercar el legado artístico al público. Tómese como referencia el Museo del Prado, el Museo Guggenheim de Bilbao, o el Museo Nacional de Arte de Cataluña.

2.1. Museo del Prado: nuevos formatos adaptados a dispositivos móviles

En 2010, este museo crea unas aplicaciones para iPhone con el fin de ofrecer a su público nuevas formas para conocer datos de su centro, así como de sus actividades, exposiciones y legado artístico. En concreto, el 21 de mayo de ese año, informaban a través de un comunicado de prensa que acababan de lanzar para los usuarios de iPhone, iPod Touch o teléfonos móviles avanzados con sistema operativo Android, una nueva forma de acceder a los principales contenidos online del Museo del Prado gracias a la creación de dos versiones Web optimizadas para este tipo de dispositivos, a través de los cuales se ponía a disposición del usuario los siguientes servicios en inglés y en español:

- Facilitar al usuario la información más relevante tanto para la preparación de su visita como para la propia realización de la misma.
- Acceso a todas las audioguías de obras de la colección actualmente disponibles, así como a tres itinerarios recomendados.
- Acceso a vídeos explicativos de las exposiciones temporales en curso.
- Información práctica para la visita (horario, tarifas, accesos, canales de venta anticipada de entradas, servicios disponibles, etc.)
- Información sobre las novedades más relevantes de su programación.

Esta aplicación la definieron como una iniciativa, llevada a cabo bajo el patrocinio de Telefónica, que se inscribía “dentro del proyecto de actuación del museo dirigido a mejorar y ampliar la accesibilidad del público a sus servicios, actividades y colecciones, denominado la mejor experiencia del Prado” (Museo del Prado, 2010: Web)

Y junto a esta nueva estrategia o formato de comunicación, el Museo del Prado también apostó por renovar, mejorar y ampliar la presentación online de sus colecciones y actividades, así como sus vías de comunicación con la sociedad en su conjunto, a través de la renovación que inició en el 2007 de su Web, en la que se ofrecen los siguientes contenidos:

- Una galería on line.
- La enciclopedia del museo.
- Acceso al catálogo de la biblioteca.
- Acceso a toda a información práctica para la visita en 12 idiomas.
- Videos de todas las exposiciones temporales celebradas desde 2008, así como de obras y restauraciones destacadas.
- Presentación animada de audioguías infantiles, etc.

2.2. Museo Guggenheim Bilbao: primera aplicación de contenidos dinámicos de un museo en España

El Museo Guggenheim Bilbao fue pionero en lanzar una aplicación para iPhone, iPod Touch e iPad en julio de 2011, es decir, para dispositivos de Apple: “la primera aplicación de contenidos dinámicos de una pinacoteca en España” (Efe, 2011).

Una estrategia de comunicación que consiste en aportar a los usuarios, a través de su terminal móvil, información del museo mediante una aplicación que consta de cinco grandes secciones con la siguiente información:

- **Museo:** con apartados sobre la historia del museo —que cuenta con una completa cronología, así como un breve resumen en diez hitos—, la red de museos Guggenheim, planos del museo, conexión con redes sociales y selección de favoritos.

- **Agenda:** con la programación artística y acceso a información en detalle sobre las exposiciones y presentaciones de la colección, una selección de actividades adicionales destacadas, así como la posibilidad de conocer las muestras y actividades programadas para el momento de la visita.
- **Edificio:** con imágenes y vídeos sobre los orígenes del proyecto del museo, la construcción, una extensa galería de imágenes del exterior e interior, y una breve sección sobre el arquitecto, Frank Gehry.
- **La colección:** con imágenes y fichas detalladas de las obras de la colección del Museo Guggenheim Bilbao, biografías de los artistas, y archivos de audio y vídeo de piezas seleccionadas.
- **La visita:** con toda la información práctica sobre el museo, así como una serie de rutas preprogramadas en función de las necesidades o intereses de los usuarios, o la posibilidad de personalizar el recorrido a través de sencillos clicks.

Una herramienta que también permite al usuario conectarse a Youtube, Facebook y al correo electrónico del Museo Guggenheim Bilbao, y que está disponible en tres idiomas: inglés, español y francés. Una aplicación que estará próximamente también disponible para Smartphones con sistema operativo Android.

2.3. Museo Nacional de Arte de Catalunya: experiencias con el ipad

El Museo Nacional de Arte de Catalunya con motivo de una exposición temporal, Torres- García en sus encrucijadas, proyectada desde el 18 de mayo al 11 de septiembre de 2011, experimentó un nuevo canal de contacto con el público, poniendo a disposición de los visitantes un ipad a través del cual podían publicar sus opiniones y recomendar la exposición in situ en el muro de Facebook del museo.

Una estrategia de comunicación que decidieron utilizarla bajo la idea de trasladar el concepto tradicional de libro de visitas, a un

formato digital como es el muro de Facebook del Museo. Así pues, al finalizar la exposición, se instaba al visitante a dejar su comentario en Facebook.

Una experiencia que los responsables del museo, aunque no han vuelto a utilizarla, destacan que fue positiva porque permitió un nuevo canal de contacto con el público.

3. Otras estrategias de comunicación: Google Art Project

Entre las diversas estrategias de comunicación utilizadas para acercarse al público por parte de los museos, también existen otras no creadas por ellos, y que igualmente han sido efectivas para la difusión del patrimonio artístico.

Google, en febrero de 2011 presentó en Londres un proyecto artístico. Se trataba de una nueva aplicación Web que permitía contemplar desde cualquier lugar del mundo diversas obras de arte, así como diferentes salas de museos, haciendo uso de la captura de fotografías en gigapíxel con la tecnología de Street View. Un proyecto que fue posible gracias a la colaboración de 17 museos pertenecientes a diversas partes de mundo, entre los que se encuentran dos españoles, el Museo Centro de Arte Reina Sofía y el Museo Thyssen-Bornemisza ¹.

Cada uno de los 17 museos participantes seleccionaron una obra de arte para que se fotografiara a súper alta resolución, lo que permite poder observar a través de la plataforma digital detalles imposibles a simple vista, como los trazos y pinceladas o la pátina. Y también proporcionaron, entre todos los museos, más de mil imágenes para ser fotografiadas en alta resolución, y pusieron a disposición de este proyecto algunas de sus salas para que se pudiesen visitar virtualmente. Desde entonces se puede visualizar en www.googleartproject.com aproximadamente 1.062 obras de arte en alta resolución, y visionar virtualmente unas 385 salas de galerías, gracias a la tecnología Google Street View.

El Museo Centro de Arte Reina Sofía, aportó la obra *La botella de Anís del Mono* (1914) de Juan Gris para ser reproducida en altísima

resolución, y también permitió que a través de Google Art Project se pudiese:

- Hacer un recorrido por las salas cubistas, concentrando la atención en otras doce importantes obras de Juan Gris que están expuestas en el Museo.
- Visitar de manera virtual las salas del Pabellón de la República de España, 1937, donde se incluyen importantes documentos, carteles, fotografías y esculturas que conviven con el Guernica de Picasso. El recorrido permite acercarnos al momento histórico crucial de la Guerra Civil Española y el compromiso político de los artistas expresado en obras como la *Fuente de Mercurio* de Alexander Calder o la escultura *El pueblo español tiene un camino que conduce a una estrella* de Alberto Sánchez.
- Con mayor detalle, se puede disfrutar en alta resolución de la *Maqueta del Pabellón* – como elemento dominante de la sala– o de una importante selección del fotorreportaje de la Guerra Civil Española que muestra el nacimiento de la fotografía documental y de guerra a través de más de 30 fotografías, además de 6 carteles realizados por los bandos nacional y republicano.

La decisión del Museo Centro de Arte Reina Sofía de formar parte del proyecto artístico de Google vino determinada, según informó el propio museo en un comunicado de prensa emitido el 1 de febrero de 2011, porque consideraron necesario aprovechar las nuevas tecnologías para difundir su patrimonio artístico:

“Con este proyecto de colaboración, el Museo quiere aprovechar las nuevas Tecnologías para difundir sus colecciones de arte contemporáneo español e internacional, así como la forma en la que da a conocer el arte mediante exposiciones y programas públicos. Las obras seleccionadas son una muestra que engloba diferentes formas de entender el arte en función de las implicaciones sociales y políticas” (Museo Centro de arte Reina Sofía: 2011, Web)

El Museo Thyssen-Bornemisza colaboró con Google Art Project aportando el siguiente legado artístico para que se pudiese visualizar a través de la plataforma digital creada por Google para este fin:

- La obra *Joven caballero en un paisaje*, de Vittore Carpaccio, para ser reproducida en altísima resolución.
- Ofreció para este proyecto 28 obras maestras, de las cuales 23 pertenecen a la colección Permanente y 5 a la colección Carmen Thyssen-Bornemisza.
- Visitar virtualmente 12 salas de las colecciones. En concreto, las salas 5, 7, 12, 17, 26, 32, 33, 38, 40, C, N y L, que permite una navegación inmersiva por el museo con acceso a las obras disponibles en el proyecto: ficha técnica con datos, imagen en alta resolución, vídeo sobre la obra en Youtube, textos, procedencia, artista y relación con otras obras del mismo autor en otros museos que forman parte del proyecto.

Una colaboración que decidieron realizar porque a través de la plataforma de Google podían difundir su legado artístico mundialmente y porque dicho proyecto suponía un intercambio de conocimiento entre museos, junto a otros aspectos:

“Nuestros esfuerzos han ido dirigidos a generar contenidos susceptibles de ser deslocalizados en otras páginas, y por lo tanto, tener la posibilidad de llegar a más usuarios y poder compartir experiencias y miradas. Los contenidos digitales del Museo superan desde hace tiempo el límite de museothyssen.org, con presencia en otras plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo o Flickr. Colaborar con Google supone una alianza con un socio con capacidad tecnológica vanguardista. El Museo aporta contenidos digitales de calidad, y Google tiene la capacidad de poder difundirlos mundialmente. El proyecto además, es un espacio de encuentro entre museos y de intercambio de conocimiento, y supone una experiencia única para los amantes del arte, donde cada museo presenta una selección de obras de sus colecciones”. (Museo Thyssen: 2011, Web).

Pero este proyecto artístico de Google, además de permitir observar obras de arte en alta resolución, y visitar virtualmente diversas salas, también pone a disposición del usuario la función “Crea tu propia colección de arte” donde permite guardar visitas de cualquiera de las más de 1.000 imágenes disponibles para construir una colección personalizada. Se pueden añadir comentarios a cada pintura y compartir con otros usuarios. Una herramienta ideal para estudiantes o grupos de trabajo.

Por lo tanto, tal y como exponen algunos investigadores “las nuevas tecnologías están generando múltiples transformaciones que modifican los modos de producción, exhibición y consumo de la obra de arte” (Pasman, Pitrola y Albuixech: 2007, 18).

Nota

1 El resto de museos participantes han sido los siguientes: Altes Nationalgalerie, (Berlín, Alemania); Gemäldegalerie (Berlín, Alemania); Colección Frick (Nueva York, EE.UU.); Galería Freer del Smithsonian (Washington DC, EE.UU.); MOMA, The Museum of Modern Art (Nueva York, EE.UU.); The Metropolitan Museum of Art (Nueva York, EE.UU.); Palacio de Versalles (Francia); Galería de los Uffizi (Floencia, Italia); Galería Tretyakov (San Petersburgo, Rusia); Museo Hermitage (San Petersburgo, Rusia); Museo Kampa (Praga, República Checa); Museo Van Gogh (Ámsterdam, Países Bajos); Rijksmuseum (Ámsterdam, Países Bajos); National Gallery (Londres, Reino Unido); Tate Britain (Londres, Reino Unido).

Referencias bibliográficas

Areces, Raúl (2005). Museos y Nuevas Tecnologías, *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, (Ejemplar

dedicado a la museología y a las nuevas tecnologías), nº 10, 247-254.

Deloche, Bernard (2005). ¿Es el museo virtual un competidor real para el museo institucional? *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, nº 5 (Ejemplar dedicado a Museos y Nuevas Tecnologías), 16-21.

Rico, Lidia (2004). La difusión del patrimonio a través de las nuevas tecnologías: nuevos entornos para la educación patrimonial histórico-artística. En *Formación de la ciudadanía: las TICs y los nuevos problemas*/ coord. por María Isabel Vera Muñoz, David Pérez i Pérez.

Museo del Prado (2010). Con el patrocinio de Telefónica. El Museo del Prado crea una versión Web adaptada para dispositivos móviles. *Comunicado de prensa*, 21 de mayo de 2010. En línea. Disponible en: <http://www.museodelprado.es/sala-de-prensa/noticias/noticia/browse/7/volver/72/actualidad/el-museo-del-prado-crea-una-version-web-adaptada-para-dispositivos-moviles/> [fecha de consulta: 1 de noviembre de 2011]

Museo Centro de Arte Reina Sofía (2011). El Museo Reina Sofía, junto a otros 16 importantes museos del mundo, ha colaborado con Google para dar a conocer online una selección de su colección con extraordinario detalle. *Comunicado de prensa*, 1 de febrero de 2011. En línea. Disponible en: <http://www.museoreinasofia.es/prensa/area-prensa/historico/2011/nota-monojuan.pdf> [fecha de consulta: 1 de noviembre de 2011]

Museo Thyssen Bornemisza (2011). Art Project powered by Google. En línea. Disponible en: <http://www.museothyssen.org/thyssen/google> [fecha de consulta: 2 de noviembre de 2011]

Pasman, Josefina; Pitrola, Cecilia; Albuixech, Yamila (2007). Arte y nuevas tecnologías. ¿Nuevos educadores? 1º jornada

Internacional de Educación. La dimensión educativa en los museos de arte y centros culturales, 18-26.

Efe (2011, 20 de julio). El Guggenheim se pone las pilas con el iphone. El museo presenta la primera aplicación de contenidos dinámicos de una pinacoteca en España, en *ABC.es*, sección cultura. En línea. Disponible en:
<http://www.abc.es/20110720/cultura-arte/abci-aplicacion-guggenheim-iphone-201107201246.html> [fecha de consulta: 5 de noviembre de 2011]



LOS ARTISTAS Y EL MERCADO DEL ARTE A TRAVÉS DE INTERNET. BUSCANDO CERTEZAS EN LA RED ¹

CARMEN DE LA TORRE LUCENA

Resumen

Se desarrollan una serie de consideraciones surgidas en el proceso de elaboración de una investigación doctoral sobre la pintura del siglo XIX, como fuente primordial para el análisis de los espacios domésticos en el ochocientos. La localización de las fuentes en la que se apoya el estudio, las obras pictóricas del XIX, es la que nos sitúa de lleno en Internet y el mercado del arte a los que se precisa recurrir para documentar suficientemente la investigación.

Palabras clave: pintura, siglo XIX, museos, subastas, red

* * * * *

Nuevos instrumentos, nuevos métodos

LAS REFLEXIONES que se exponen derivan de un trabajo de investigación doctoral en el que se analizan los espacios domésticos en el siglo XIX a través de la pintura española, desde la

forma en la que los pintores entendían y representaban este espacio singular. La necesidad de usar Internet como herramienta para su estudio hace que la perspectiva que habitualmente se ha adoptado para este tipo de estudios cambie y por ende, también los resultados.

En una primera aproximación a la producción artística a través de la red nos encontramos con un espacio tan amplio, se nos presenta un ámbito tan extenso, que si no se canaliza de forma adecuada puede resultar incluso caótico. No me estoy refiriendo aquí a una consulta o a una aclaración que se nos pueda ofrecer en Internet de forma más o menos satisfactoria, se trata de estudiar y analizar un aspecto concreto, en este caso un asunto dentro de la pintura del siglo XIX, en el que la información puede ser abrumadora. Ante nosotros se despliega un panorama que exige de una metodología rigurosa y precisa, con el ánimo de llegar a buen fin.

Debemos comenzar por fijarnos una ruta, un recorrido que puede ser abierto, en función de los resultados que vayamos obteniendo. En principio un buen punto de arranque puede ser el estudio de los pintores del siglo XIX, distribuyéndolos por períodos acotados, en los que se incluyan tanto aquellos pintores de primera fila, de los que encontraremos abundante información, como de aquellos que no llegan al gran público, únicamente conocidos por especialistas en la materia, y que por lo tanto resulta bastante más complicado su estudio. En este proceso es muy fácil distanciarse del fin planteado inicialmente, al adentrarnos por los vericuetos de la red, se nos abren tantas posibilidades y alternativas que debemos fijarnos un método que nos induzca a la consecución del propósito.

Es indiscutible que Internet ha revolucionado el mundo del conocimiento y de la comunicación. Dentro de la comunidad científica la Web se constituye en primer instrumento de aproximación a la investigación. En el caso que nos ocupa nos ofrece un potente servicio con el que obtenemos un muestreo de obras que deben responder a determinados criterios iniciales para formar un corpus lo suficientemente nutrido como para conseguir conclusiones válidas y fundadas, que posteriormente constituirán el núcleo del estudio. Es en esta búsqueda de obras en la red donde se nos plantean las mayores dificultades debido a la naturaleza del objeto.

Por una parte debemos atender a la autenticidad de la obra, si ésta es realmente una pintura original de un artista concreto, lo cual hay que contrastar y por tanto acudir a las fuentes; por otra parte se nos plantean problemas de calidad en las imágenes, no siempre la resolución es la adecuada, lo que también obliga a una indagación profunda, que no siempre obtiene buenos resultados, pero de naturaleza radicalmente distinta.

Nuevos retos

El fin de la investigación inicial son aquellas obras en las que los pintores se han interesado por los espacios domésticos, aquellas en las que el concepto de domesticidad es relevante; se puede decir que son bastante numerosas, a juzgar simplemente por la significativa cantidad de pinturas cuyo título comienza por "interior", indicador del interés de los pintores por estos asuntos, a diferencia de la historiografía del arte, que ha primado más el estudio de los exteriores arquitectónicos como volúmenes, en detrimento de sus interiores, entendidos como espacios. Pero lo que en este artículo nos interesa es el proceso que seguimos en el estudio, el uso de las nuevas tecnologías, en concreto de Internet, que nos ayudan a la consecución de la finalidad.

La decisión de considerar una obra como parte integrante del estudio es en muchos casos complicada puesto que es fundamental que la obra responda a lo que en principio parece indicar, es decir, se hace necesario comprobar su autenticidad, su datación cierta, su atribución. Estos elementos se constituyen en pilares para un estudio profundo del asunto, la lectura de la obra en sí misma no puede ser válida sin estos otros factores que nos dan la medida sobre la importancia de la obra, y el conocimiento que conlleva. Comenzamos entonces este segundo proceso que en muchas ocasiones nos lleva a introducirnos en el mercado del arte, son innumerables las imágenes de obras que nos ofrecen las casas de subastas o las galerías de arte, por poner un ejemplo. Las casas de subastas son las que tienen el papel de mayor relevancia en la actualidad por la importancia que han adquirido dentro del mercado del arte, de modo que es muy habitual el rastreo de una determinada obra a través de este sector. Se trata de una parcela de mercado que goza de la simpatía del público, desde el

siglo XVIII en que se fundaron las grandes casas como *Sotheby's* y *Christie's*, que siguen siendo referentes en cuanto a garantías de autenticidad. Sin embargo, y a pesar de que todavía son las entidades más carismáticas y reconocidas, hoy día se vive una fuerte competencia en el sector, y en España coexisten importantes casas de subastas que por suerte, en su mayoría se muestran dispuestas a colaborar con los investigadores, ofreciendo información muy valiosa para su divulgación científica.



Joaquín Sorolla, *¡Que te come!* 1891. Obra subastada por Christie's en Madrid en 2007

También es necesario mencionar la importancia que los museos y centros de divulgación tienen en esta clase de trabajos. Cada día asistimos a una mayor apertura de las colecciones a través de Internet, aunque aún son muchos los museos que muestran recelos y reticencias a mostrar la totalidad de sus obras de forma libre y abierta. Bien es cierto que muchos de estos centros no cuentan con la suficiente infraestructura como para llevar a cabo dicha labor, son numerosos los modestos museos locales, de escasa proyección, que conservan obras de importancia que caen en el olvido porque no han sido rescatadas por las plumas más brillantes de la Historia del Arte.

Sin embargo la mayoría de los museos sí ponen a disposición de los interesados sus fondos artísticos, aunque en estos casos es muy habitual encontrarnos con la inexplicable escasa resolución de

las imágenes. Parece existir todavía una desconfianza ante la divulgación de las obras que no beneficia a las propias instituciones, y mucho menos a los usuarios de los museos en la red, por no mencionar a los estudiosos en estos asuntos. De esta forma, se debe realizar un trabajo de petición y solicitud de imágenes en un peregrinar por museos e instituciones que enturbian el trabajo, ralentizándolo considerablemente.



Mariano Fortuny y Marsal. *Los hijos del pintor, María Luisa y Mariano, en el salón japonés*. 1874. Museo Nacional del Prado

En cuanto a las colecciones de arte privadas en España nos encontramos con modelos totalmente dispares. Muchos conjuntos artísticos privados, por unas razones u otras, han ido engrosando los distintos museos españoles, lo que ha permitido su conocimiento y divulgación al público e investigadores, es el caso del legado de Ramón Errazu al Museo del Prado integrado fundamentalmente por pintura española del siglo XIX, por poner un solo ejemplo de los numerosos que han existido a lo largo del tiempo, y que interesa particularmente por el contenido de sus fondos para este estudio. Existen colecciones de arte formadas por particulares que son tan profusas que han dado lugar a la existencia de museos cuyo origen se encuentra en el legado al Estado Español realizado por sus autores, así se puede mencionar el Museo Cerralbo o el Museo Lázaro Galdiano, de los coleccionistas Enrique Aguilera y Gamboa, XVII marqués de Cerralbo, y de José Lázaro Galdiano, respectivamente.



A la izquierda *La marchande de mode*, de Francisco Masriera y Manovens, obra de la colección de arte de la Fundación María José Jover. A su lado, la obra de Santiago Rusiñol *Mujer en un interior*, perteneciente a la colección de arte Masaveu.

Los fondos y colecciones de estos museos pueden consultarse a través de sus páginas Web y de la Red Digital de Colecciones de Colecciones de Museos de España (ceres). El Museo Thyssen-Bornemisza tiene su origen en la colección de arte del Barón Hans Heinrich Thyssen-Bornemisza y de su padre Heinrich, primer Barón Thyssen-Bornemisza. Este Museo facilita el acceso a los fondos desde Internet, ofreciendo imágenes y comentarios de las obras. Son numerosos también los museos públicos o privados creados a partir de las obras de determinados artistas, constituyendo casas-museo o pequeños museos monográficos, quienes en su mayoría, principalmente cuando nos referimos a centros privados, no exponen dichas obras en la red porque generalmente se trata de modestas instituciones que no cuentan con la capacidad o la infraestructura necesaria para ello.

En lo que se refiere actualmente a coleccionistas privados encontramos gran diversidad de criterios. Los menos ponen sus obras de arte a disposición del disfrute del público como sucede con la colección de la Fundación María José Jover quien exhibe permanentemente parte de su conjunto artístico en la sede de la Fundación María José Jover y facilita el acceso a la colección completa a través de una página Web de muy buena calidad. Por otra parte existen magníficas colecciones artísticas que son de difícil acceso, es el caso de la colección de arte de la Casa de Alba, que no dispone de páginas en la red que promocionen y difundan sus obras de forma sistemática y precisa.

La inclinación que en las últimas décadas se ha despertado en nuestro país por la pintura del siglo XIX relegada hasta hace poco tiempo como pintura de segunda categoría, supone su reflejo en Internet. Se puede tomar el pulso del interés social en determinados asuntos entre otros factores por la cantidad de estudios divulgados en la red, por la presencia de numerosas páginas y blogs dedicados a dichos contenidos, ofreciendo un registro significativo de valor indudable. A este interés creciente por el arte del siglo decimonónico no es ajeno el Museo del Prado, que inauguró su ampliación con una importante muestra temporal de las piezas de pintura española del siglo XIX más significativas de la colección del Museo, que había permanecido almacenada durante un lustro.

Conclusiones

Internet se ha convertido en un instrumento imprescindible para los estudiosos del arte en general y particularmente para los historiadores del arte. Actualmente su uso resulta de vital importancia para realizar cualquier investigación científica y son innumerables las fuentes a las que se pueden recurrir para tales fines. El mercado del arte en Internet ofrece un amplio panorama en el que tienen cabida desde los profesionales, los artistas, los posibles compradores y vendedores, hasta aquellos que únicamente nos acercamos con ánimo de estudio e investigación.

Como toda herramienta, necesita de un uso correcto. Es cierto que Internet ofrece muy buena información y conocimiento, sin embargo se hace necesario contrastar esta información, puesto que

son muchas las ocasiones en las que resulta ser errónea o no veraz en su totalidad. Por esta razón los modos de trabajo e investigación han cambiado de forma significativa, ya no se trata solo de buscar información, que por otro lado se ofrece de forma tan sencilla, sino que una parte fundamental de la labor de un investigador reside en la comprobación exhaustiva de esta información, ahora más que nunca, porque nunca ha habido tanta información y tan fácil de obtener. Y este cometido no siempre resulta sencillo, muy al contrario, en el mercado del arte se hace necesario un rigor y un análisis minucioso de las obras y artistas de forma que el uso de Internet sea cada vez más seguro y certero.

Nos encontramos en un momento de evolución en cuanto a estudios científicos se refiere, asistimos a un proceso en el que lo complicado no viene determinado por la búsqueda de información, como usualmente ha acontecido, sino por la búsqueda de certezas dentro de este flujo constante de información. Se está produciendo entonces un desplazamiento desde la indagación en pos del conocimiento a la búsqueda de veracidad o autenticidad. Este aspecto ha hecho cambiar notablemente el método y la forma tradicional de las investigaciones para adecuarlas a las nuevas exigencias, que fuerzan a la necesidad de nuevas metodologías y perspectivas que amplíen y diversifiquen los contenidos.

Nota

1 Debo expresar mi agradecimiento al Ministerio de Educación por la concesión de una beca FPU que ha dado lugar al desarrollo de una investigación doctoral y a la elaboración del presente artículo. También al Museo del Prado, que me ha facilitado el acceso y estudio de todos sus fondos, así como a los distintos museos y colecciones privadas que han formado parte de la obra.

Fuentes on-line consultadas:

- <http://www.sothebys.com/es.html>

- <http://www.christies.com/>
- <https://www.ansorena.com/entrada-subastas.aspx>
- <http://www.alcalasubastas.es>
- <http://www.duran-subastas.es/>
- <http://www.setdart.com/>
- <http://www.subastasbilbaoxxi.com/index.php>
- <http://www.subastasgranviadebilbao.com/>
- <http://ceres.mcu.es/pages/SimpleSearch?index=true>
- <http://www.museodelprado.es/>
- <http://www.museothyssen.org/thyssen/home>
- <http://www.fundacionmariajosejove.org/coleccion-de-arte/>



MÁS ALLÁ DE LA INTERACTIVIDAD: LOS VIDEOJUEGOS COMO PROCEDIMIENTO ARTÍSTICO

RUTH GARCÍA MARTÍN

Resumen

Este artículo analiza la relación que se establece entre los videojuegos y el arte. Con el paso del tiempo los videojuegos han conseguido la legitimación social gracias a su primacía económica y su papel central de objeto cultural típico de nuestra época, gracias a la potente industria cultural que está detrás. El mundo del arte, que nunca es ajeno al contexto social en el que surge, ha ido incorporando a los videojuegos como un procedimiento artístico más paralelamente a la consolidación como medio y género artístico por derecho propio de los mismos. Podemos hablar de que se ha producido un desarrollo y afianzamiento de un arte basado en videojuegos con características propias y del que, a modo de mapa exploratorio, se establece una clasificación como forma de aproximación al mismo.

Palabras clave: Arte, videojuegos, contrajuego, *game art*, cultura digital.

* * * * *

1. Introducción

PARTIENDO de la premisa de que el Arte no puede existir aislado totalmente del contexto cultural y social en el que se desarrolla, resulta meridiano que el arte no puede quedar al margen de las nuevas tecnologías, especialmente de las tecnologías digitales y de las nuevas formas de creación que posibilitan.

No hay más que mirar a nuestro alrededor para que quede patente que las nuevas tecnologías digitales, asociadas principalmente a las autopistas de la información llevan aparejadas un nuevo paradigma que ha modificado nuestra percepción del mundo y la forma en que nos relacionamos con él en muy poco tiempo, apenas unas décadas. Si el Siglo XX se caracteriza por la revolución audiovisual del cine y la televisión podemos aventurarnos a considerar que el Siglo XXI será el siglo de la interactividad y la interconexión, será el siglo del medio audiovisual de los videojuegos.

Desde mediados de los años 90 del siglo pasado el sector de los videojuegos ha ido tomando cada vez más presencia e importancia, de tal forma que se puede afirmar sin riesgo a equivocarnos que ha redefinido el sector audiovisual tanto a nivel de industria-consumo como a nivel de praxis al modificar y ampliar el lenguaje audiovisual con elementos propios como son la interacción o la inmersión. Y el mundo del arte no es ajeno a ello.

2. El videojuego como medio digital y objeto cultural

Con el término de cultura visual digital Andrew Darley aglutina las formas culturales contemporáneas que se consideran formas de entretenimiento de masas y cuya característica principal es la digitalidad de los medios. Dentro de estas formas culturales se encuentra el cine de espectáculo, la animación por ordenador, cierto tipo de publicidad y de vídeos musicales, las atracciones de salas especiales, los paseos virtuales y los videojuegos en todas sus variantes de plataformas. Habría que añadir a esta lista cierto tipo de cortometrajes, incluidos los de animación por ordenador y algunos programas y series de televisión de personas reales o animación. Y si

apuramos un poco más, deberíamos considerar el incluir dentro de esta categoría prácticas artísticas como el vídeo, las instalaciones interactivas y de videoproyección o las pinturas y fotografías digitales.

Muchas de estas formas culturales tienen menos de tres décadas de existencia y su origen se encuentra en las antiguas formas mecánicas de entretenimiento popular de masas que, con el paso del tiempo, fueron evolucionando y se adaptaron a los nuevos tiempos y a las mejoras tecnológicas, como es el caso paradigmático del cine, creando así nuevas formas y medios culturales. Aunque los videojuegos son la única forma cultural genuinamente informática.

El auge de los videojuegos ha sido impresionante y en cuatro décadas escasas se han convertido en la forma cultural más importante a escala mundial. Desde el inicio del siglo XXI cada año se registran récords de ventas y las cifras que se manejan son de miles de millones de euros y eso sin tener en cuenta el multimillonario negocio asociado de la venta de accesorios para consolas o el negocio de los juegos en red y para móviles o tabletas. El nicho de negocios de los videojuegos está en sector del ocio digital y sus competidores naturales dentro de este sector son las industrias de la música y el cine principalmente.

Dejando a un lado la industria, alrededor de los videojuegos se han creado fenómenos paralelos que han ido aumentando en tamaño e importancia al mismo tiempo que lo hacían los videojuegos. Entre estos fenómenos destacan la creación de comunidades ligadas a videojuegos específicos, el combativo movimiento fan y la profesionalización de los jugadores. Fenómenos todos ellos interconectados entre sí y que componen la vertiente social de los videojuegos.

De un tiempo a esta parte han aparecido multitud de estudios que se han ocupado de cuestiones relacionadas con la imagen digital o de alguna de estas nuevas modalidades en particular. En muchos casos eran acercamientos exploratorios en un intento de comprender los cambios que se estaban produciendo en las nuevas formas, que implicaban los mismos y hacia donde podrían llegar en su desarrollo. Lo que si aparece como una constante en casi todos los casos es que su análisis como objeto cultural o artístico tardó un tiempo en

producirse desde que se consolidaron como formas culturales por derecho propio. Y en la mayoría de los casos los trabajos versaban sobre la genealogía de la forma cultural o eran acercamientos estéticos desde un punto de vista textual, los cuales obviaban las características particulares propias de cada medio. Los videojuegos no son un caso aislado.

Se puede decir sin lugar a dudas que los videojuegos se convirtieron en objeto de estudio cuando la importancia de su industria es tal que es imposible no tenerla en cuenta. Otra de las posibles razones, como apunta el investigador sobre videojuegos Jesper Juul, para el repentino interés por los videojuegos se deba al cambio de estatus que han sufrido como objeto en la última década. Particularmente al hecho de que los videojuegos se juegan en una pantalla y en muchos círculos académicos todo lo que tiene ver u ocurre en una pantalla es digno de tener interés intelectual. Muchos estudiosos de los videojuegos empiezan a considerar y a hablar de los videojuegos como el género cultural más importante de este siglo, teniendo en cuenta que el potencial cultural de los mismos es impresionante.

Parte del aparente rechazo o falta de atención de la élites académico-teóricas a los juegos, y por ende los videojuegos, se puede explicar por el hecho de que éstas consideran a los juegos algo trivial y popular, muy alejado de los postulados que se consideran intelectualmente superiores. Los juegos se han considerado generalmente como algo relacionado con la infancia y la adolescencia o como un pasatiempo ocioso. Sin embargo a lo largo de la historia ha habido algunos estudios teóricos, ante todo de antropólogos, que han dado un adecuado reconocimiento a la importancia que tienen los juegos como parte integrante de la cultura humana. A este respecto cabe destacar los trabajos de Johan Huizinga, Roger Caillois, y Sutton-Smith como los precursores de los modernos estudios sobre juegos. Hasta hace unas pocas décadas, aproximadamente, exceptuando estos autores casi nadie pensaba que los juegos fueran un objeto cultural en sí mismos sino que se entendía que eran una esfera separada del “mundo real”. En la actualidad se da como hecho probado que el juego es una parte importante de la cultura de cualquier sociedad.

El historiador holandés Johan Huizinga consideraba que, particularmente, los juegos competitivos son una de las bases fundamentales de la civilización y de la cultura humana. Argumentaba que el juego tenía un papel muy importante en las actividades ceremoniales y en los cultos religiosos, piezas fundamentales de una civilización. Tan importante era el juego para Huizinga que consideraba que cuanto más alejada de él estuviera una sociedad, más decadente era ésta. O dicho de otra manera, los juegos reflejan el tipo de cultura que posee una sociedad y son un medio de actuación sobre la misma.

Para el escritor, sociólogo y crítico literario Roger Caillois, Huizinga no estudió los juegos per se sino la cualidad creadora del acto de jugar dentro del ámbito de la cultura, hecho que criticó en su obra. Caillois entendía que a cada sociedad le correspondía la preponderancia de una de las cuatro tipologías de juegos que él entendía que existen: *agon* (competición), *alea* (juegos de azar), *mimicry* (simulaciones) e *ilinx* (emociones fuertes a través de lo lúdico).

El teórico del juego Brian Sutton-Smith en sus trabajos desarrolló una teoría sobre el juego en la que establecía que había siete retóricas típicas asociadas al juego y la forma en que entendían Caillois y Huizinga el juego se correspondía a la visión utilitaria del mismo, en la cual el juego es visto como una especie de entrenamiento de los niños para la vida adulta. El resto de retóricas para Sutton-Smith son considerar el juego como: progreso, destino, poder, identidad, imaginación y como frivolidad. Dependiendo de la época y la sociedad en la que nos encontremos predominará una retórica u otra.

Aunque se puede considerar que el estudio de los juegos tomó cuerpo en las dos últimas décadas del siglo XX sobre la base que establecieron estos autores, no se contempló a los videojuegos como material de estudio académico serio hasta principios del siglo XXI, concretamente en año 2001, con el lanzamiento de *Gamestudies.org* (*The international journal of computer game research*), un espacio multidisciplinar dedicado a los videojuegos que publica periódicamente sus investigaciones a través de la red, la celebración de la primera conferencia internacional sobre videojuegos en

Copenhague a fecha de marzo de 2001 y la aparición de estudios universitarios centrados en los videojuegos y que ha significado la aparición de un creciente número de ensayos y publicaciones de carácter académico, sin tener en cuenta las revistas, programas y, últimamente, documentales que versan sobre videojuegos.

Sobre la base de construir una disciplina académica se estableció la Ludología como el campo de análisis de los juegos en general, y de los videojuegos en particular. Etimológicamente ludología proviene del latín *ludus* (juego) y del griego *logos* (conocimiento racional). Como campo de estudio se ha provisto sustancialmente del trabajo de Jesper Juul, Gonzalo Frasca y Espen Aarseth, aunque cada vez más gente se está incorporando al los estudios de los videojuegos en todo el mundo.

La cuestión de la narrativa es uno de los aspectos más complejos y que más debate suscitan en la actualidad. La raíz de la polémica se encuentra en considerar si los videojuegos son un medio por derecho propio, como proclama la ludología, y por tanto hay que establecer una ontología o epistemología específica frente a los que consideran que el estudio de los videojuegos debe partir de la narratología o la teoría literaria o cinematográfica. Este es un debate creado artificialmente en tanto en cuanto la teoría literaria y la cinematográfica pueden contribuir a un mejor conocimiento del potencial estético, ficcional y narrativo de los videojuegos como medio.

3. Los videojuegos como género de arte autónomo

Los videojuegos son el único medio que, al igual que la televisión, ha conseguido introducirse en la cultura de forma masiva. Un indicativo de la importancia que tienen los videojuegos dentro del debate cultural en la actualidad es la cada vez más amplia cobertura que tiene por parte de los medios tradicionales y el cambio de pensamiento que se ha producido dentro de la comunidad artística, crítica y académica con respecto a ellos.

Desde hace pocos años proliferan artículos, programas, revistas especializadas, libros, exposiciones y conferencias que tratan sobre los videojuegos, sin olvidarnos las convenciones, los festivales y los

cursos y talleres que incluyen a los videojuegos como una parte más del programa oficial. Incluso la Academia Británica de las Artes del Cine y la televisión, o BAFTA en sus siglas en inglés, consideró pertinente en el año 2006 incluir la categoría al mejor videojuego de la industria.¹

Sin embargo el debate, prácticamente superado en la actualidad, sobre si pueden considerarse o no los videojuegos como arte, el octavo arte viene de muy lejos. En el año 1982 el diseñador de videojuegos Chris Crawford escribía en su libro *The Art of Computer Game Design*: “La premisa central de este libro es que los juegos de ordenador constituyen una forma de arte nueva, y de momento poco desarrollada, que presenta muchas posibilidades tanto para diseñadores como para jugadores.”² Opinión que no tuvieron cuenta en el sector y, por supuesto en el mundo académico-artístico, durante mucho tiempo.

Incluso Hideo Kojima, uno de los diseñadores más importantes de videojuego de todos los tiempos, llegó a decir hace un par de años en una entrevista para la OPSM2 de EEUU:

Arte es algo que emana del artista. Si 100 personas pasan por allí y una sola persona queda atrapada por lo que sea que la pieza irradie, eso es arte. Pero los videojuegos no intentan atrapar a una persona. Un videojuego debería asegurarse que las 100 personas que juegan con él disfruten. Es como una especie de servicio. No es arte. Pero creo que la forma de ofrecer el servicio con un videojuego es un estilo artístico, un tipo de arte.³

Un poco más adelante podemos leer que Kojima sí piensa que los videojuegos incluyen objetos artísticos pero que un creador de videojuegos es más un director de museo que un artista: “El arte es lo que encontramos en los museos, ya sea una pintura o una escultura. Lo que yo hago, lo que los creadores de videojuegos están haciendo, es dirigir el museo.”⁴ Lógicamente sus palabras aparecieron en numerosos medios de la red y fueron contestadas tanto por parte de los aficionados y especialistas como una visión muy reduccionista de lo que es el arte.

Parte del revuelo causado provenía del hecho de Kojima diera la razón a Roger Ebert, un crítico de cine muy reputado y radicado en Chicago, quien afirmó categóricamente que los videojuegos como medio nunca podrán llegar a ser considerados un artefacto artístico debido a que “los videojuegos, por su naturaleza, requieren de las decisiones del jugador, que es lo contrario a la estrategia del cine serio y la literatura, que requiere el control del autor.”⁵

La comparación entre cine y videojuegos es muy recurrente entre algunos académicos y críticos. Indudablemente el cine es el medio estilísticamente más próximo a los videojuegos y ha existido y existe un fructífero intercambio de ideas y avances tecnológicos entre uno y otro medio, al igual que nadie puede poner en duda que en los comienzos de los videojuegos el cine fue la influencia más importante.

Ahora bien, esto no significa que se pueda considerar a los videojuegos como una especie de cine mutante o una especie de película interactiva como algunos los conciben. Dicho lo cual ambos medios utilizan el arte como medio de entretener a las audiencias, con la diferencia sustancial de que en los videojuegos los espectadores/jugadores pueden ejercer un cierto control y una cierta manipulación sobre el entorno en el que se desarrolla el juego, algo imposible en una película. Pese a las similitudes, es inconcebible no considerar que el cine es una forma de arte, aunque no todas las películas pueden considerarse como tal, y sin embargo no se produce esta situación con los videojuegos de manera generalizada.

A parte de la razón expuesta por Ebert, dentro grupo que está en contra de considerar a los videojuegos como forma artística autónoma se esgrimen como razones para sustentar esta posición que los videojuegos son puro entretenimiento y no tiene ninguna finalidad más y se los crítica por establecerse como un ente independiente, por decirlo de alguna manera, dentro de la llamada tradición de la baja cultura o cultura popular para así poder explorar con libertad la competitividad, la violencia o los estereotipos sexuales clásicos sin las restricciones culturales clásicas. Por su puesto dentro de estas críticas se incluyen su casi nula crítica sociopolítica o autocrítica respecto a la violencia desplegada en el medio y los

problemas psicológicos o sociales derivados. Por todas estas razones concluyen que los videojuegos convencionales no pueden, por tanto, ser considerados objetos artísticos por derecho propio porque están concebidos y diseñados para ser vendidos. Como si otras formas artísticas no estuvieran involucradas en propósitos comerciales.

Se puede decir que, en términos generales, se intenta oponer el discurso artístico frente al discurso de los juegos convencionales o comerciales y se sobreentiende que los videojuegos no son arte porque intentan imitar la realidad lo más fielmente y no aspiran, en principio, a ir más allá.

Dentro del mundo académico y de la crítica una de las primera voces que aclamaban a los videojuegos como arte provino, curiosamente, del mundo del celuloide, más concretamente de la muy respetada y famosa revista de cine *Cahiers du Cinéma*, cuna de la *Nouvelle Vague* francesa, que se expresaba en estos términos refiriéndose a los videojuegos:

En adelante, el videojuego ya no necesitará imitar al cine para existir, porque propone hipótesis que el cine nunca ha podido formular, además de emociones de otra naturaleza. Si en el pasado los videojuegos tuvieron en cuenta el cine (sus diseñadores también ven películas), hoy nos permiten ver al cine de otra manera, cuestionar sus modos de funcionar y sus principios teóricos. Los videojuegos no son únicamente un fenómeno social, son el cruce esencial para redefinir nuestra relación con el mundo narrativo en imágenes, y contribuyen a desarrollar lo que formuló Godard (“Una película: entre el activo y el pasivo, entre el actor y el espectador”) sin saber que el videojuego se apropiaría de la pregunta y respondería a esta cuestión dejando al cine sin respuesta.⁶

Dentro del mundo académico Henry Jenkins es uno de los especialistas en videojuegos que más consistentemente los ha defendido en los últimos años como medio artístico. Especialmente relevante es su artículo *Games, the New Lively Art*, donde establece ciertos paralelismos con la concepción del cine que tenía el crítico y autor estadounidense Gilbert Seldes desarrollada en su obra *Seven Lively Art* (1924).

En dicho artículo Jenkins considera que los videojuegos representan un arte vivo que abre la posibilidad de nuevas experiencias estéticas y transforman la pantalla de la computadora en un reino de innovación ampliamente accesible. Para apoyar esta tesis argumenta que los videojuegos tienen cada vez más calado social como referente cultural y que en los últimos años están influyendo notoriamente en otras formas artísticas, particularmente el cine, por poner un ejemplo. Esta situación, a juicio del autor y de muchos especialistas y aficionados, es lo que ha llevado al mundo académico a tener en cuenta a los videojuegos como objeto de estudio. Era imposible no tener en cuenta por más tiempo un fenómeno tan importante a nivel social, económico y cultural. En su alegato Jenkins considera que los videojuegos son la forma cultural apropiada para nuestro contexto actual, como en la antigüedad lo fueron otros medios.

A diferencia de otros autores, Jenkins no se olvida del contexto en el que se mueven los videojuegos, es decir, Jenkins tiene en cuenta que por ahora los videojuegos están a merced del mundo empresarial y que esto significa importantes cortapisas para que los videojuegos evolucionen como medio artístico autónomo. Los principales obstáculos con los que se encuentran en la actualidad los videojuegos son que el mercado se lo reparten tres empresas, Microsoft, Nintendo y Sony, que tienen bajo su control la producción del software y el hardware, situación que implica que muy poca gente independiente pueda acceder a estas tecnologías por su alto precio y porque están protegidas por patentes que imposibilitan su democratización.

En cuanto al contenido de los videojuegos ocurre otro tanto. Jenkins hace hincapié en que es imposible una experimentación radical en tanto en cuanto las empresas se rijan por los imperativos comerciales. Mientras esta situación no cambie es poco probable que el mundo de los videojuegos evolucione en demasía, por lo que, con toda seguridad, se seguirán produciendo versiones de lo que hasta ahora está triunfando. El problema de fondo se encuentra en la Cultura de la Mediocridad en la que nos vemos inmersos, algo que también afecta a la esfera del Arte, y que amenaza con dejar a los videojuegos a medio camino entre tecnología de entretenimiento y

posible herramienta artística. En este sentido Jenkins opina que la Cultura de la Mediocridad puede implicar que, como ocurre con algunas manifestaciones artísticas relacionadas con los nuevos medios, prime más la técnica que el gusto o el contenido.

Siguiendo la estela propuesta por Jenkins, el crítico y comisario de arte italiano Domenico Quaranta y el investigador sobre videojuegos italiano Matteo Bittanti, llegan a conclusiones similares y entienden que a partir “*de las influencias y de la contaminación recíproca entre arte y videojuego*” se pueden desarrollar nuevas experiencias estéticas y el académico italiano Fulvio Carmagnola se pregunta si existe una sensibilidad estética relacionada con la aparición de los nuevos medios. Sus conclusiones se pueden resumir en cuatro puntos:

- La contemplación estética tiende a ser reemplazada por una inmersión que genera un sentimiento de omnipotencia.
- Lo hipertextual borra la distinción entre el rol del autor y el del espectador, haciendo desaparecer el sentido de la profundidad temporal.
- La diferencia entre real e imaginario se torna menos evidente, lo virtual supera lo real, lo visual se impone ante lo textual.
- La vida en la pantalla crea una nueva forma de fetichismo que tiene que ver con la indiferenciación de lo vivo y de lo no vivo.

Pese a no nombrarlos específicamente, las conclusiones de Carmagnola se pueden extrapolar perfectamente a los videojuegos. Por ejemplo, el sentimiento de omnipotencia es típico de los videojuegos conocidos coloquialmente como *god games* o *juegos dios* debido a que la perspectiva que utilizan provoca esa sensación.

El debate sobre si los videojuegos son una forma de arte o no se ha fundamentado en términos equivocados, pese a que una gran cantidad de videojuegos no son percibidos ni diseñados o desarrollados como algo artístico. En realidad este debate no debería existir y en caso contrario debería enmarcarse dentro de como los denominados objetos de arte de la “alta cultura”, en contraposición a la “baja cultura” o cultura popular, establecen o

generan una frontera entre lo que se considera el mundo real o profano y el Mundo del Arte. En otras palabras, hablamos de la función legitimadora del museo como ente que establece la línea divisoria de lo que se puede considerar Arte con mayúsculas y lo que no. El teórico y escritor alemán Boris Groys explica perfectamente este punto en su ensayo *New in Art* sobre el concepto de lo nuevo en el arte, ensayo en el que el autor argumenta que cualquier objeto profano que es transportado al Museo automáticamente sufre un proceso de revalorización y de transformación en un objeto que entra dentro de la esfera del Arte.

Por tanto, la cuestión de fondo que surge es que el supuesto debate sobre si los videojuegos son arte o no debería existir en esos términos y se debería entender en relación de a partir de qué momento los videojuegos en tanto en cuanto objeto profano se transformaron en objeto artístico al ser trasladados al espacio museístico.

4. ¿Pero existe algo llamado Art Games o Juegos Artísticos?

Los videojuegos como herramienta artística han recibido numerosos nombres, definiciones y clasificaciones pese a su corta existencia como fenómeno artístico, apenas unos lustros. *Arte Hacker* o *Modificación Artística*, son sólo alguna de ellas, aunque en general se engloba a los videojuegos como herramienta artística bajo el epígrafe de *Juegos Artísticos* (Art Games) o *Arte de (Video) Juegos* ((Video) Game Art). En el caso particular de este artículo utilizaré *Juegos Artísticos* de aquí en adelante ya que me parece mejor terminología que *Arte de Juegos*, aunque no estoy de acuerdo del todo con ninguna de las dos terminologías por las razones que más adelante expongo.

No se puede decir que haya una única definición que explique con exactitud que se puede considerar como “juego Artístico”. Hasta la fecha han aparecido varias definiciones y se considera que las propuestas por la profesora de la Escuela de Arte y Tecnología del Instituto de Arte de Chicago Tiffany Holmes y de la artista y crítica Rebecca Cannon son las más completas. Oficialmente se considera que el término *Art Games* lo acuñó Tiffany Holmes. Lo que debe quedar claro es que estas definiciones tiene un carácter provisional, y sin duda surgirán nuevas definiciones, en tanto en cuanto esta

subcategoría artística evolucione y se consolide como género artístico.

Holmes define Art Games como:

“Un trabajo interactivo, usualmente humorístico, realizado por un artista visual que hace una o varias cosas de lo que sigue: desafiar estereotipos culturales, proponer una crítica social o histórica o contar una historia a la manera literaria. [...] Para ser más específicos los juegos artísticos contienen al menos estas dos características: una manera definida de ganar o tener una experiencia de éxito en un desafío mental, un camino o paso a través de una serie de niveles (que pueden ser o no hieráticos), o un personaje central o icono que representa al jugador.”⁷

Cannon establece que:

“Los juegos de arte pueden ser creados en una variedad de medios (soporte), a veces, de la nada sin la existencia de un juego anterior. Siempre componen un juego jugable y (de alguna forma) entero. Los juegos artísticos son siempre interactivos – y esa interactividad está basada en las necesidades de competir. Aunque ambas formas siguen el linaje de las Bellas Arte y los juegos por ordenador, los juegos artísticos exploran el formato de juego primariamente como un nuevo modo de estructurar la narrativa, de crítica cultural. Los retos, niveles y el personaje central son usados como herramientas para explorar el tema del juego dentro de un contexto basado en la competición.”⁸

Cannon es todavía más específica al diferenciar entre *Modificaciones Artísticas* y *Juegos Artísticos*. Para esta autora las modificaciones artísticas siempre modifican o reutilizan un juego ya existente y raramente resultan un juego jugable como tal. Esto que significa que muchas modificaciones artísticas no son interactivas y las que lo son normalmente emplean la interactividad para propósitos no competitivos. En general la competitividad no resulta útil para los artistas, los cuales si consideran más atractivos los mapas, los motores, el interface o el hardware de los videojuegos para sus prácticas artísticas.

El diferenciar las modificaciones artísticas como categoría diferente de los juegos artísticos depende mucho del autor en cuestión. Así como Rebecca Cannon establece una diferencia clara entre una y otra categoría no todos los autores lo hacen y en algunos casos lo usan indistintamente. Es el caso de la crítica de arte Pippa Stalker pese a que sigue el trabajo de Cannon en la mayoría de los aspectos desarrollados y en la clasificación que realiza de los distintos tipos de modificaciones. Un punto importante en el trabajo de Pippa Stalker es que pone de manifiesto que para cierto sector existen dos tipos de juegos artísticos: los *Juegos Estéticos*, (Aesthetic Art Games) y los *Juegos Políticos* (Political Art Games). Aunque para ella ambas denominaciones entran dentro de la misma categoría.

Se entiende por juegos estéticos aquellos juegos artísticos que fundamentan su interés en el apartado gráfico de los videojuegos, particularmente en la estética que despliega y como desarrollan las arquitecturas espaciales y la representación de los personajes jugadores y los pñj o personajes controlados por la máquina. Por su parte los juegos políticos son aquellos juegos artísticos que contiene en su génesis una crítica política y/o social o una autocrítica para con el medio en relación al uso de la violencia como vehículo de diversión.

El quid de la cuestión se encuentra en que muchas de las obras que se adscriben dentro de la categoría de videojuegos artísticos se equiparan únicamente con los juegos políticos o directamente no son videojuegos o juegos por ordenador sino que son modificaciones, videoinstalaciones o performances. Existe mucha confusión al respecto y porque una pieza artística contenga un elemento interactivo o lúdico o utilice la estética o cualquier otro elemento de los videojuegos no se puede equiparar de buenas a primeras con ellos. En este caso se debería hablar de *Arte Basado en Videojuegos*, o de cualquier otra categoría de arte, pero no de *Arte de Videojuegos*.

El crítico Brett Martin tiene mucha razón cuando dice:

Muchos artistas hacen videojuegos por la estética, pero centenares de artistas que crean videojuegos intentan establecer algo que vaya más allá del próximo superventas. Muchos artistas en línea usan elementos de los videojuegos en sus trabajos, pero eso no es arte de

videojuegos. Es arte basado en juegos y está presente en otros medios como el arte por ordenador. No existe ningún juego en mercado en la actualidad que posea todas las cualidades necesarias para que se le otorgue el título de arte de videojuego.⁹

Brett Martin expone correctamente que no se puede hablar de arte de videojuegos, o juegos artísticos, en tanto en cuanto no se exploten todas las características que definen el medio. Y esto también es aplicable a los denominados dentro del mundo artístico como juegos artísticos. Mientras no se tenga en cuenta este factor únicamente se puede considerara estas piezas como tentativas, en el mejor de los casos, videojuegos con contenido político o herramientas educativas, sin que eso suponga un desmerecimiento para con ellos.

En este sentido, coincido con el profesor y crítico Alexander Galloway en que la poética formal de los videojuegos difiere en varios niveles de las convenciones utilizadas por las modificaciones artísticas o parte de los videojuegos artísticos, las cuales se centran principalmente en la tecnología del motor del juego o en modificar el espacio figurativo. Galloway resume estas diferencias en seis puntos o niveles (citando textualmente):

1. Transparencia frente a evidenciación: eliminación del apartado de la imagen en contraposición a la mera interacción del aparato de gráficos o el código que se muestra sin imagería figurativa.
2. Jugabilidad frente a esteticismo: jugabilidad narrativa basada en un conjunto de reglas coherente en contraposición a los experimentos formales modernos.
3. Modelado figurativo frente a artefactos visuales: modelado mimético de objetos en contraposición a errores informáticos y otras consecuencias inesperadas del motor de gráficos.
4. Física natural frente a física inventada: leyes de Newton relacionadas con el movimiento, el trazado de rayos, las colisiones, etc., en contraposición a leyes físicas incoherentes y sus relaciones.

5. Interactividad frente a falta de coherencia: vínculo inmediato y predecible entre las acciones de los controles y la jugabilidad en contraposición a las barreras entre la acción de los controles y la jugabilidad.

6. Acción de juego frente a acción radical: poética de los juegos convencionales en contraposición a modos alternativos de jugabilidad.¹⁰

Teniendo en cuenta esta lista y lo argumentado por Brett Martin se puede comprender mejor porqué la terminología que se usa respecto al videojuego como herramienta artística puede llevar a una confusión y como no se puede considerar, por ahora, a los artistas que trabajan con videojuegos como una auténtica vanguardia global aunque sí se los puede considerar con respecto a la forma visual de los mismos.

Como ya hemos explicado, muy pocas modificaciones artísticas se centran en la jugabilidad, minimizándola o haciéndola desaparecer en la mayoría de los casos. Esta situación provoca que todo el movimiento de *Contrajuego*, como Galloway denomina esta corriente o a estos artistas, sea un proyecto aún por materializar. Al negar la jugabilidad, o intentar hacerlo, las modificaciones artísticas, los juegos reconvertidos en “juegos artísticos” o los creados originalmente bajo esta denominación caen en una contradicción, la cual no se ha sido resuelta desde el medio artístico. Al eliminar la jugabilidad dejan de ser videojuegos para convertirse o retornan a otros medios como la pintura, la animación o las instalaciones o el vídeo.

Es por esta razón que pienso que no debería utilizarse nombres como “Juegos Artísticos” (“Art Games”), “Arte del Juego” (“Game Art”) o “videojuegos políticos” para englobar todas estas prácticas. Correctamente se deberían de denominar a todas estas prácticas *Apropiaciones Artísticas de Videojuegos*. O en todo caso *Arte Basado en Videojuegos* si tenemos en cuenta todas las prácticas artísticas que se producen en medios más tradicionales como la pintura, la impresión digital, la fotografía, el vídeo o la escultura.

En este sentido me parecen premonitorias las palabras del artista Brody Condon:

“El Game Art era tan solo un nicho momentáneo en un mundo del arte ligado neuróticamente a los cambios culturales y tecnológicos. Por suerte, a lo largo del tiempo, géneros de moda como éste se desintegran (se acabaron las exposiciones de Game Art) y las buenas obras y los buenos (o simplemente ambiciosos) artistas sobreviven, influyendo y disolviéndose en el arte, así como en la cultura en general.”¹¹

A la hora de establecer una posible clasificación exploratoria de arte basado en videojuegos considero más adecuado establecer las diferentes tipologías en base a los procedimientos artísticos utilizados, más que por los medios a los que se pueden adscribir las distintas piezas, ya que la clasificación resultante sería excesivamente amplia y poco operativa. De esta forma obtenemos que las obras basadas en videojuegos se pueden subdividir en tres grandes macro-categorías: *Apropiaciones*, *Intervenciones* y *Creaciones*, dentro de los cuales se incluyen algunas de las tipologías utilizadas por Stalker y Cannon nombradas anteriormente.

5. Apropiaciones

En esta categoría los juegos son utilizados como objetos generadores de una estética y un imaginario particular. Los artistas reutilizan los personajes, estéticas y las narraciones característicos de este medio en su discurso artístico. Evidentemente la mayoría de las piezas están creadas en medios que tienen su base fundamental en la imagen, es decir, pinturas, dibujos, fotografías, esculturas o vídeos. A su vez podemos subdividir esta categoría en varios niveles o subcategorías:

- Obras que utilizan la iconografía de los videojuegos

Los artistas utilizan los personajes, los objetos y los lugares que aparecen en los videojuegos en sus trabajos, sobre la base de que los videojuegos son fundamentalmente el lugar donde actualmente se crean el imaginario y los significados culturales de nuestra sociedad.

- Obras que se utilizan o se basan en la estética de los videojuegos

En esta categoría se incluyen todas las obras que reutilizan de alguna manera las estéticas tan característica que han desarrollado los videojuegos a lo largo de su historia. Particularmente, son

importantes la corriente estética retro, basada en la estética de las consolas antiguas, el fotorrealismo tan característico de los videojuegos de última generación y la perspectiva isométrica “modo dios”.

El *Pixel Art* se basa en la estética típica de los videojuegos en 2 dimensiones: la estética 8bits, subcultura basada en las consolas de 8bits y la *Demoscene*, subcultura basada en las consolas de 16/32 bits. La estética retro se fundamenta en el movimiento denominado *Retrogaming*, moviendo que ha surgido en la comunidad de jugadores y que se caracteriza por la afición a las consolas y juegos de épocas anteriores, especialmente de los años 80 del siglo XX, mediante el juego con originales o utilizando emuladores de los mismos.

- Obras que se basan en el mundo de los videojuegos

Hay un pequeño grupo de artistas que trabajan específicamente sobre la base de investigar o documentar las implicaciones que tienen los videojuegos en el mundo real desde varias perspectivas: Milton Manetas se ocupa de los aspectos domésticos asociados a utilizar o jugar con los videojuegos, Geissler-Sann investiga las emociones que suscitan, Ubermorgen.com trabaja la perspectiva económica y Joan Leander y Todd Deutsch del impacto que tiene en nuestra sociedad.

La apropiación como estrategia es la aportación más importante del Arte Pop al arte moderno y contemporáneo. Hasta cierto punto, existen paralelismos entre la apropiación de los objetos y los códigos populares y los objetos de consumo por parte de los artistas pop con la apropiación del mundo de los videojuegos por parte de algunos artistas contemporáneos, sobre todo el ámbito occidental y en menor medida en el asiático, que dan cuenta de la importancia que han adquirido los videojuegos en nuestras sociedades en general.

Apropiarse de los elementos audiovisuales del medio de los videojuegos y transponerlos al contexto artístico es posiblemente la estrategia más utilizada por los artistas. También esta categoría es la categoría en la que es menos necesario comprender en profundidad las reglas que rigen en mundo de los videojuegos. Por supuesto que en las otras dos categorías también se apropian de la iconografía de

los videojuegos, la diferencia estriba en que no es el componente principal de la pieza o el trabajo del artista.

6. Intervenciones

Esta categoría hace referencia a todos los artistas que utilizan a los videojuegos como instrumento para hacer arte utilizando el método de modificar algún juego ya existente en diferentes vías. En muy pocos casos se produce la modificación de lo que es el hardware, principalmente se usa el software.

- Modificando la intención primaria del juego

Esta categoría engloba el trabajo de artistas que se apropian de la tecnología usada en los videojuegos para subvertir los objetivos de los desarrolladores del juego y conseguir metas no previstas por éstos últimos. Dentro de los nuevos objetivos podemos incluir el cuestionamiento de la ideología subyacente de los videojuegos y el uso de la tecnología, interfaces y demás componentes mecánicos necesarios para jugar al juego. Otro apartado importante son las piezas que tiene un carácter creativo ante todo y en el que los artistas se sirven del sistema de gráficos para producir dichas obras, incluido el motor de juego.

Las intervenciones adquieren las formas de modificaciones y/o “hacks” y generalmente son modificaciones del software de un juego de ordenador mediante la utilización del código usado en su construcción, el cual viene incorporado en el juego y lo proveen los mismos desarrolladores con la intención de fidelizar a los aficionados y que se creen importantes comunidades alrededor del videojuego. Estas intervenciones se denominan técnicamente Modificaciones (Mods) y Parches (Patches). Su origen se encuentra en los parches que se utilizaban para corregir los errores que pudieran surgir con posterioridad en el juego o para ajustar elementos de la jugabilidad del mismo y que los usuarios se podían descargar gratuitamente desde las páginas oficiales o páginas semioficiales de aficionados.

El desarrollo de esta práctica no se puede comprender sin el fenómeno fan y la puesta en circulación del código por parte de la empresa ID Software como estrategia de ventas. Rápidamente de la

comunidad de jugadores se apropió de dicha herramienta y se fueron incrementando con el paso del tiempo las personalizaciones del juego. Dichas personalizaciones incluyen personajes, mapas, lugares y objetos nuevos que los jugadores/creadores suelen poner a disposición de la comunidad de jugadores como material descargable y ejecutable.

De la importancia de este fenómeno se hizo eco la exposición en línea de la crítica, comisaria de arte y artista Anne Marie Schleiner *Cracking the Maze*, en la cual se exponían numerosos mods y parches, tanto de aficionados como de artistas. Esta exposición sirvió para establecer un recorrido histórico de dicho movimiento y remarcar la importancia que tiene Internet como medio de difusión de contenidos alternativos, críticos y subversivos, incluidas dichas modificaciones junto con el NetArt propiamente dicho.

Como práctica artística, las intervenciones adquieren diversas formas y se diferencian de la creación completa en que normalmente reinterpretan o crean algo en relación con un sólo aspecto de juego. Obviamente existe un amplio y confuso terreno intermedio entre lo que se puede considerar una modificación o un parche y algo nuevo. Hay que tener en cuenta que juegos como el Counter-Strike surgieron como una modificación, en este caso del Half-Life, y se establecieron como juegos autónomos con el tiempo. En términos generales todas las modificaciones se ocupan del apartado visual de los videojuegos y muy pocas de la mecánica de juego.

Las distintas formas que adquieren las modificaciones y los parches de esta tipología han dado lugar a diferentes tipos de intervenciones:

- *Interferencias (Glitches)*: técnica que consiste en aprovecharse de los errores de programación de un videojuego o introducir uno en forma de parche. Estos errores de programación dan lugar a imágenes o sonidos que se repiten en bucle, gráficos incorrectamente mostrados o congelados, etc.
- *Machimina*: pequeñas animaciones de extensión variable producidas con el motor de gráficos de un videojuego o mediante capturas de videojuegos y que después se editan. Entre las comunidades de

aficionados la sofisticación de la creación de estos vídeos se lleva al extremo de plantearlos como cortos y grabarlos con cámaras de vídeo.

- *Modificaciones/parches de niveles*: afectan a la iluminación, el sonido o la arquitectura de un nivel, o mapa (Maps). En esta categoría se incluye el desarrollo completo de un nivel. Específicamente se denominan *Site-Specific Videogame Artwork* cuando las piezas replican la planta del lugar específico donde son exhibidas, o si replican las plantas de otras galerías o museos, dentro de la pantalla del ordenador como nivel de un juego de disparo en primera persona. También se acogen a esta denominación las piezas que replican hechos reales.

- *Modificaciones/parches de personajes* (Skins): afectan a la apariencia de los personajes de los jugadores y de los personajes que controla la máquina.

- *Modificaciones de juegos clásicos* (Pong, Space Invaders...): se cambian algunas de las reglas del juego o parte de la apariencia del mismo.

- *Modificación completa del motor de gráficos*: se cambia por completo la apariencia gráfica del juego. A diferencia de modificar/crear un nivel se modifica la apariencia completa del juego.

Como ya hemos especificado, en términos generales, casi todas las intervenciones se producen en juegos de ordenador y afectan al régimen visual del mismo. Sin embargo existe una pequeña corriente que se dedica a modificar consolas y videojuegos en relación al audio y la música. Básicamente existen tres vías de modificación e intervención de tipo musical: manipulando *samples* de la banda sonora o los efectos especiales en la consola, modificando el hardware de la consola para utilizarla como instrumento y utilizar los videojuegos de disparo en primera persona, generalmente de ordenador, para crear ambientes sonoros.

7. Creación completa / Juegos Artísticos

El término de juego artístico se acuñó específicamente para los videojuegos creados expresamente desde el ámbito artístico. La principal diferencia que nos encontramos entre los videojuegos artísticos y los convencionales es la brutal diferencia de presupuesto

que existe entre unos y otros. Los videojuegos convencionales tienen presupuestos astronómicos de varios millones de euros para su desarrollo y comercialización frente al bajo presupuesto de los artísticos. Esta diferencia de presupuesto tan abismal se traduce en potentes gráficos, mejor sonido, mayor duración de juego, etc.

La mayoría de los videojuegos artísticos están producidos mediante el uso de los lenguajes de programación Action Script o Java o en flash y están colgados en páginas web especiales dedicadas a ese fin.

Los juegos artísticos se denominan o se adscriben dentro de los llamados juegos políticos y hasta cierto punto tiene una función de propaganda. Algunos artistas y activistas intentan que el medio de los videojuegos no sea únicamente un mero entretenimiento, como es el caso del colectivo italiano Molleindustria, y sirva como medio de diseminación de contenidos alternativos gracias a su enorme popularidad y presencia en las sociedades más avanzadas.

Generalmente, los videojuegos artísticos, al igual que numerosas modificaciones o parches, tiene como objetivo el cuestionamiento de la ideología subyacente de los videojuegos, especialmente el uso de la violencia como forma de entretenimiento y como denuncia de la violencia real, y el uso que se hace de la tecnología. De esta forma nos encontramos con que los artistas investigan y desarrollan vías alternativas de juego.

8. Conclusiones

Nadie puede poner en duda que los juegos son la forma de socialización más importante de la última década pese a que como medio es relativamente joven al no tener más de unas décadas de existencia. Pese a todo, el mundo de los videojuegos no siempre se comprende correctamente, empezando por la definición de lo qué es un videojuego, debido, en parte, a los prejuicios que le rodean del tipo “es una película interactiva” o “como es un juego es para niños y no merece mucha más consideración”.

El videojuego viene siendo usado por el mundo de la arte principalmente desde mediados de la década de los 90 del siglo

pasado, especialmente desde que la tecnología de los videojuegos por ordenador pudo ser utilizada por los artistas. Parte de estos prejuicios y malas comprensiones se han trasladado del mundo académico al artístico y a como se entiende el videojuego como herramienta artística.

Uno de los principales problemas que nos encontramos es que desde gran parte del mundo artístico, y académico, los videojuegos no son considerados como medio artístico per se, situación de la que derivan gran parte del resto de problemáticas. Para empezar se utiliza una nomenclatura inexacta cuando se utilizan los términos *Juegos Artísticos* (Art Games), *Arte del Juego* (Game Art) para nombrar este tipo de arte, cuando la mayoría de piezas no se pueden considerar videojuegos y eso teniendo en cuenta que en muchos casos se equipara este tipo de arte con las obras que usan tecnología sin tener en cuenta ni siquiera las obras producidas en medios más tradicionales. Esta situación implica una mala catalogación y comprensión del videojuego como herramienta estética.

Por estas razones es preferible hablar de *Arte Basado en Videojuegos* para englobar todas las piezas creadas utilizando los videojuegos como herramienta artística. De lo cual se desprende que una clasificación, provisional a todas luces, de las obras se basa antes en los procedimientos de trabajo de los artistas que en la intencionalidad de los mismos.

Parte de la idea de que en la actualidad no se hace arte del videojuego, en tanto en cuanto no se explota toda la potencialidad del medio en su conjunto, situación que es difícilmente superable por las condiciones del mercado y por los prejuicios infundados que tiene una parte importante del mundo artístico. Esto significa que existe una fructífera relación entre los videojuegos convencionales, o comerciales, y los artistas, la cual puede ser todavía más productiva y posibilitar la aparición de nuevos modos de entender los videojuegos si se superan estos obstáculos.

Se puede concluir diciendo que no existe un verdadero *Arte de Videojuego*, pudiendo ser los videojuegos un arte en sí mismo aún sin desarrollar todo su potencial aunque cada vez más cerca de hacerlo, como lo fue el cine en sus inicios, y existiendo también un arte

basado en videojuegos más allá de las piezas centradas en la tecnología del motor del juego o en la modificación el espacio figurativo de los videojuegos y que engloban todos los aspectos relacionados de los mismos.

Notas

1 The British Academy of Film and Televisión Arts Annual Review 2005/6.

2 CRAWFORD, C., *The Art of Computer Game Desing*, 1982, p.
http://www.meristation.com/v3/des_noticia.php?id=cw43d769fa64167&pic=GEN. (3 de diciembre de 2011)

4 <http://www.vidaextra.com/cultura/kojima-creo-que-los-videojuegos-no-son-arte>. (3 de diciembre de 2011)

5 <http://arstechnica.com/news.ars/post/20051130-5657.html>. (3 de diciembre de 2011)

6 Higuinen, E. y Tesson, C., Éditorial: cinéphiles et ludophiles, *Cahiers du Cinéma*, n°5 (Septiembre 2002). Traducción obtenida de Wolf, M. J. P. y Perron, B., Introducción a la teoría del videojuego, *Formats, Revista de Comunicació Audiovisual* (Universitat Pompeu Fabra), n°4 (2005), P. 10. Disponible en:
http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/wolf_esp_.pdf, (3 de diciembre de 2011)

7 Holmes, T., *Arcade Classic Spawn Art Current Trends in the Art Game Genre*, p. 1. Disponible en
<http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Holmes.pdf> (3 de diciembre de 2011) (La traducción es mía)

8 Cannon, R. “Meltdown”, Clarke, A. and Grethe, M. (ed.), *Videogames and Art*, 2007, Intellec Books, Bristol, Uk / Chicago, USA, p. 41. (La traducción es mía)

9 Martin, B. “Should Videogames be Viewed as Art?”, Clarke, A. and

Grethe, M. (Ed.), *Videogames and Art*, 2007, Intellec Books, Bristol, Uk / Chicago, USA, pp. 207-208.

10 Galloway, A. “Contrajuego”, Álvarez Reyes, J. A. (ed.), (2008), *Try Again*, La Casa Encendida / Koldo Mitxelena Kulturunea

11 Clarke, A. “An interview with Brody Condon”, Clarke, A. and Grethe, M. (ed.), *Videogames and Art*, 2007, Intellec Books, Bristol, Uk / Chicago, USA, p. 85. (La traducción es mía)

Bibliografía

ÁLVAREZ REYES, J. A. (ed.), (2008), *Try Again*, La Casa Encendida / Koldo Mitxelena Kulturunea

CAILLOIS, R. (1985), *Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo*, Editorial Fondo de Cultura, México.

CARMAGNOLA, F. (2005), *SYNOPSIS. Introduzione all'educazione estetica*, Guerini e Associati, Milano.

CLARKE, A. and GRETHE, M. (Ed.). (2007), *Videogames and Art*, Intellec Books, Bristol, Uk / Chicago, USA.

CRAWFORD, C., *The Art of Computer Game Desing*, 1982

HOLMES, T., *Arcade Classic Spawn Art Current Trends in the Art Game Genre*. Disponible en <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Holmes.pdf> (3 de diciembre de 2011)

HUIZINGA, J. (2002), *Homo Ludens*, Alianza Editorial, Madrid.

JUUL, J. The repeatedly lost art of studying games. *Game Studies*. The International Journal of Computer, Vol.1, n°1, Julio 2001.

STALKER, P. (2005), *Gaming in Art: a case Study of two examples of the artistic appropriation of computer games and the zapping of historical*

trajectories of “Art Games” versus mainstream computer Games. Tesis doctoral no publicada.

SUTTON-SMITH, B. and AVEDON, E. (ed.). (1971), *The Study of Games*, John Wiley & Sons, Inc., New York.

----- and HERRON, R. E (ed.). (1971), *Child's Play*, John Wiley & Sons, Inc., New York.

----- (1997), *The Ambiguity of Play*, MA: Harvard University Press, Cambridge.

WOLF, M. J. P y PERRON, B. (2005), “Introducción a la teoría del videojuego”, *Formats, Revista de Comunicación Audiovisual* (Universitat Pompeu Fabra), nº4, 2005. Disponible en: http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/wolf_esp.pdf (3 de diciembre de 2011)



CÓMIC Y CULTURA DIGITAL

JOSÉ L. CRESPO FAJARDO

Resumen

El comic, considerado el emblema de la cultura popular por excelencia, aún lo mejor del mundo de la literatura y arte. En el pasado fue objeto de consumo de masas y quizá encuentre en un futuro cercano un modo de recuperar aquella hegemonía. Sólo habría de hallar la combinación adecuada para encajar en la cibercultura, donde todo gira alrededor del traspaso eficaz de información.

Palabras clave: Cómic, internet, edición virtual, arte, cultura digital.

* * * * *

1. Introducción

ATODAS luces vivimos tiempos de cambio. Internet va ocupando cada vez más aspectos de la vida cotidiana, de modo que es evidente la tendencia de las sociedades más avanzadas hacia la cultura digital. Esta, como toda cultura, va imbricando los intereses

de las personas. Nos une. Podría decirse que a través de los medios digitales se está conformando una civilización nueva.

Lo que tradicionalmente entendíamos por cultura se halla en pleno proceso de transferencia hacia el espacio virtual. Hoy parece que todos los ámbitos de conocimiento se digitalizan para renovarse. A la red se vuelca cualquier tipo de producción cultural, transformada en dígitos binarios legibles como simulacro desde dispositivos de pantalla. Incluso la literatura más notoria se transfigura en documentos digitales, información pura sin soporte físico. Y en medio de esta metamorfosis uno de los géneros más artísticos, el comic, especialmente valorado por el aficionado por sus cualidades formales, ante la pérdida de materialidad ha de orientarse a nuevas concepciones y tendencias.

2. La edición virtual

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ha alterado los tradicionales instrumentos de edición y distribución de obras de creación cultural. La red ofrece posibilidades inmediatas de internacionalización, es un medio de difusión que ninguna industria puede obviar, tampoco la del cómic, que trata de hacerse con un hueco respetable en la edición virtual.

A diferencia del cómic impreso, la edición virtual elimina la necesidad de intermediarios editores, maquetistas, impresores, distribuidores, librerías... No existe la necesidad de acudir a establecimientos especializados y es posible registrar la edición con nuevos tipos de licencias de circulación libre, como *creative commons*, más acordes a las características del medio digital y al espíritu del tiempo. La tecnología facilita al autor poder gestionar por sí mismo todo el proceso productivo hasta llegar al lector, y competir con las grandes casas editoriales al menos a nivel creativo. Por lo demás, la red permite al dibujante publicar con absoluta libertad viñetas que por motivos comerciales o ideológicos quizá no pasarían la censura ni la criba de los medios tradicionales.

El prescindir de intermediarios, sumado al ahorro en papel, entintado y encuadernación, conlleva el abaratamiento del producto. En comparación con el precio del comic impreso, el digital puede

llegar a reducirse hasta una décima parte. Hay otros autores, sobre todo nóveles y desconocidos, que optan por ofrecer gratuitamente su web-cómic porque así pueden divulgar más su trabajo y darse a conocer, obteniendo suficientes dividendos por publicidad.

3. El soporte

Sería un error hacer predicciones apocalípticas sobre futuro del comic impreso tradicional, sobre todo considerando cómo cada vez se le destina un espacio mayor en las librerías y grandes superficies. No obstante, lo primero que hay que reconocer es que el comic en papel suele tener precios considerables. Curiosamente esto no ha hecho que aficionados que son a la vez consumidores de comics virtuales hayan perdido interés por el formato impreso, que adquieren en ocasiones señaladas. Igualmente hay que reconocer que leer sobre una pantalla (luz emitida) es francamente menos agradable que hacerlo sobre papel (luz reflejada). En cualquier caso todo depende del tipo de aficionado, si le importa solamente el contenido o si es un auténtico fetichista del papel.

Pero a la vista está que el comic impreso está transformándose en un producto para clases medias altas y consumidores de gustos selectos. Las editoriales lo saben y procuran cuidar mejor los aspectos artísticos de las ediciones. A veces es el propio dibujante quien controla todos los detalles: formato, color, textura, tipo de papel... como si se tratara verdaderamente de una producción artesanal.

Consideremos que el arte está en un primer nivel del discernimiento. Así como al conocer a alguien lo primero en que reparamos es su aspecto exterior, su forma, su apariencia, asimismo percibimos con suma importancia este componente externo -acaso los elementos puramente artísticos- en un libro de comics. Posteriormente vamos indagando en otros niveles más profundos e intelectuales, y podemos fascinarnos con un libro casi del mismo modo que nos enamoramos de una persona. Ahora un comic virtual es información pura sin soporte físico. Pero era a partir de aquella forma artística del libro que surgía la invitación al primer acercamiento, al discernimiento más profundo. Ahora la única forma externa es el dispositivo lector, igual para cualquier contenido.

El perfeccionamiento de los dispositivos lectores se adecúa cada vez más a las ediciones virtuales, algunas de las cuales dan la posibilidad de escoger el idioma de lectura, e incluso pueden incorporar citas de referencia en línea a modo de hipervínculo con otros comics.

El comic digital, en tanto es transformado en una serie de imágenes comprimidas, se puede ver en casi cualquier dispositivo de pantalla: visores de comic, tabletas informáticas, consolas portables, móviles, PC, iPad, iPhone, iPod Touch... los cuales permiten una gran interactividad, posibilitando la agregación de complementos extras como música, videos, animaciones Flash o muestras de esbozos y dibujos previos. En estos dispositivos se pueden almacenar cientos de comics. Una tecnología aún en desarrollo es la de los lectores digitales de tinta electrónica, muy generalizados en Estados Unidos. El Amazon Kindle es el más popular. Contrariamente a las pantallas de ordenadores que emiten luz, la tinta electrónica permite leer sobre una película de plástico donde flotan micro-partículas que no emiten luz, por lo que la lectura es más cómoda para la vista. Su hándicap es que por ahora no permiten el color.

Nuevos tipos de composición, encuadre, organización de planos y composición de las viñetas han surgido en el comic digital. También se experimenta con el formato. La pantalla puede asimilarse a un pliego de papel apaisado, disponiendo las viñetas como una sola tira o como media página. En ocasiones, debido a la falta de resolución, resulta complicado apreciar detalladamente varias viñetas por pantalla, por lo que es común que el lector se conduzca con la herramienta lupa, mediante ampliaciones de la imagen. Por esta razón, un método de organización más efectivo es la presentación por viñetas a toda pantalla.

Hay que subrayar que en el comic digital el sistema narrativo puede alterarse. La trama de la historia no tiene ya por qué ser lineal. Podemos jugar con varias opciones y escoger diferentes vías guiados por hipertextos. Además, en cualquier modalidad de presentación es posible optar por el hipervínculo como método para pasar de página, si bien existe otra forma de lectura fundamentada en que la pantalla

representa una página infinita, yendo con la barra de *scroll* hacia lo vertical o a lo horizontal.

En algunos dispositivos la experiencia de leer un comic puede transformarse en algo vivamente diferente. Por ejemplo, hablemos del comic *Touch Sensitive*, realizado por Chris Ware exclusivamente para iPad. La obra sólo puede ser leída en este dispositivo: es intransferible. Asimismo es muy original el modo de avanzar en la trama. No se basa en pasar de página por hipervínculo ni desplazándose con la barra de *scroll*. Sólo se puede leer la historia explorando con los dedos la pantalla, la cual se va desplegando, superponiendo unos dibujos y ocultando otros dentro de un mismo plano.



El móvil y el iPad, como soporte lector de cómic. Pantalla de *Touch Sensitive* de Chris Ware



Es muy interesante que la propia historia establezca una analogía con el dispositivo del iPad, que es eminentemente táctil. Se trata de una reflexión sobre la falta de contacto físico que deviene del uso de las nuevas tecnologías, pues estamos más conectados que nunca con personas de todo el mundo, pero sólo podemos tocar pantallas. Este caso puede citarse como ejemplo de otra característica recurrente del comic digital, cuyas temáticas suelen centrarse en las nuevas tecnologías y la cultura digital, planteando tramas ambientadas en escenarios del futuro o en el mismo ciberespacio, que es al fin y al cabo su ecosistema natural.

4. El factor económico

Ya sea por los condicionantes de Internet o del propio mercado, en la actualidad no se ha generalizado un método concreto de compraventa de comics en edición digital. Lo ideal sería un sistema de pequeñas transacciones, de tipo micro-pago. No obstante, el cambio hacia el modelo comercial virtual aún está por despuntar, pues muchas personas no aceptan la idea de comprar algo sin soporte físico. En cualquier caso, aunque se ha experimentado con la comercialización de discos compactos (que además de la obra digitalizada incluyen extras: esbozos, notas, documentos, clips, animaciones, música...) la industria cultural está concentrándose en la red. Las productoras y compañías distribuidoras adaptan sus webs como portales promocionales y comerciales. Plataformas como por ejemplo *Marvel Digital Comics Unlimited* ofrecen la lectura en línea de fragmentos de comics a modo de *free samples*, que se pueden adquirir y descargar a precios muy asequibles.

En muchas bibliotecas digitales se almacenan archivos de comic que resultan útiles para el estudioso como fuente de información sobre la historia de estas publicaciones. Con frecuencia son ediciones agotadas, fanzines, piezas muy antiguas, únicas o de difícil localización. Sin embargo, al digitalizar comics a menudo se vulneran los derechos de autor y reproducción. Sucede especialmente en los populares portales de intercambio de contenidos y descarga directa, del tipo *raphidshare.com* o el recientemente cerrado sitio web *megaupload.com*.

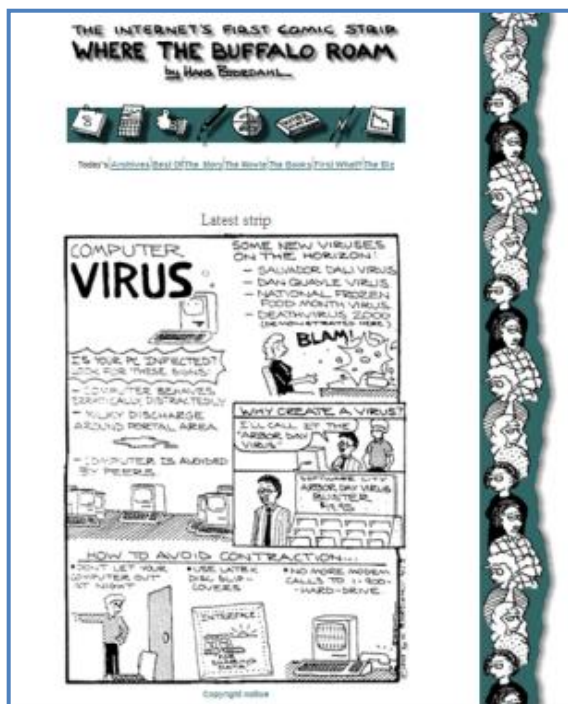
Es notorio que el comic se intercambia en internet en una suerte de actualización del clásico préstamo de comics. Los aficionados llegan no solamente a escanear y difundir obras sin consentimiento, sino a traducirlas, re-maquetarlas y rotularlas, una práctica atañe en especial al manga japonés. Es muy curioso que los *tradumaquetadores* consideren que puesto que con su trabajo mejoran la obra de algún modo comparten su propiedad, por lo que no dudan en estampar su firma o logo en cada página. El argumento sostenido es siempre la salvaguarda de la cultura, que de no estar digitalizada quedaría condenada a caer en el olvido.

5. Nuevas dimensiones

Debemos hacer una distinción entre comics escaneados y comics generados por ordenador, del tipo web-cómic, elaborados específicamente para su lectura en línea. En este último género pueden darse interesantes ejercicios de convergencia con otros medios audiovisuales (incluso el videojuego) utilizados a modo de recursos expresivos. Aunque se ha establecido la diferencia entre comic digital y animación, radicada en que en uno el lector puede recrearse el tiempo que desee en examinar la página, mientras que la animación avanza automáticamente, estos conceptos podrían superarse.

El arte ha demostrado relacionarse muy bien con los medios virtuales visuales. Gracias a la tecnología informática, a los diversos software, programas y aplicaciones, ha surgido una amplia variedad de arte digital, así como fusiones con técnicas más tradicionales. El web-cómic intenta aprovechar estas nuevas vías para crear sensaciones que lo aproximan cada vez más al Net.art, o bien a algo perceptivamente fronterizo con el arte digital.

En conclusión, la red se ha erigido como el nuevo vehículo de la creatividad. A través de la distribución de información e imágenes emerge una pujante cultura artístico-tecnológica (hoy se habla de conceptos como tecno-creatividad) con consecuencias aún por definir para el comic digital.



Where the Buffalo Roam (Hans Bjordhal, 1992) considerado el primer cómic hecho expresamente para ser digitalizado, y web-comic de Ken Finch, en formato virtual

Bibliografía

Barrero, M: “Cómics digitalizados. Promoción y preservación de las publicaciones con historietas en los espacios hipermedia.”

Diálogos de la comunicación, nº 78, Enero-Julio 2009

Gubern, R.: *El lenguaje de los cómics*. Barcelona, Editorial Península, 1974.

Jiménez Varea, J: “Construcción-lectura del cómic digital”. *Actas del X Congreso de la Asociación Española de Semiótica. Arte y Nuevas Tecnologías*. Universidad de la Rioja, 2004.



STREETAD: REFLEXIONES ARTÍSTICAS SOBRE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

CARMEN ESTEVAN ESTEVAN

Resumen

En el siglo XIX, causa sobre todo de la revolución industrial, las ciudades empezaron a cambiar su aspecto. Entre otros cambios, la naciente industria publicitaria comenzaba a desplegarse sigilosamente con la aparición de las primeras enseñas y carteles, hasta convertirse en un elemento indispensable en la imagen contemporánea de la ciudad. Desde entonces, la publicidad exterior en todas sus vertientes ha invadido progresivamente el espacio público, y la producción artística, que por supuesto no es ajena a esta problemática, ha trabajado desde diferentes frentes para visibilizar esta situación. Artistas de todo el mundo nos muestran su forma de entender este fenómeno.

Palabras clave: Arte, publicidad, intervención, espacio público, colonización visual

* * * * *

Introducción

QUÉ MEJOR FORMA de descubrir una ciudad que vivirla. Pasearla, recorrerla, sentirla, disfrutarla, y al final del viaje

advertir que en todo momento nos acompaña un elemento común: la publicidad. De uno u otro modo –carteles, enseñas, mupis, opis, vallas, lonas y un largo etcétera–, la publicidad exterior se encuentra siempre presente. Ha pasado a formar parte del imaginario de los entornos urbanos de todo el mundo de igual forma que lo son los edificios o las propias calles. ¿Reconoceríamos el espacio urbano actual sin la publicidad que lo recubre? ¿Nos hemos parado a pensar sobre su existencia? ¿Preferimos que mantenga su lugar de privilegio en nuestro espacio o nos parece una invasión inadmisibile? ¿Estaríamos dispuestos a aceptar su ausencia? ¿Cómo ha afectado al desarrollo de las ciudades?

Éstas y otras preguntas han llevado a la reflexión a muchos de los artistas contemporáneos, que por supuesto, no son ajenos a la realidad que les rodea. Y si la publicidad es “un grito en la pared”, tal y como afirma la mítica frase de Josep Renau, son muchos los creadores que ya no quieren que les griten, y plantean sus puntos de vista ante esta ocupación de los espacios públicos desde diferentes frentes.

La historia de la publicidad puede remontarse tan atrás en el tiempo como uno desee, no obstante, la actividad publicitaria tal y como la conocemos actualmente es relativamente joven. La Revolución Industrial trajo consigo esta nueva vertiente de comunicación, pero con ella llegaron también las primeras críticas.

El nuevo aspecto que las ciudades empezaron a adquirir no fue bien acogido de forma masiva, y fueron muchas las voces que se levantaron en defensa de la belleza de sus espacios públicos. Antes de que el problema llegara a escalas tan desmedidas como las que sufrimos en la actualidad, sectores de la ciudadanía intentaron oponerse con manifestaciones que datan de principios del siglo XX. Pero no debemos llevarnos a confusión, también alcanzaron ciertos logros.

El desarrollo publicitario ha caminado en paralelo con las protestas y también con la regulación. Pero a la vista de los resultados, no es disparatado afirmar que la regulación no has ido tan efectiva como cabría esperar. La publicidad ha conseguido hacerse un hueco en todos los apartados de lo público, y a través de la tolerancia

progresiva de la ciudadanía, ha conseguido afianzarse en ellos. En muchos casos, llegando a ser considerada como un símbolo identitario de la modernidad y de ciertas ciudades. Tal y como afirma Otl Aicher: “la ciudad ha regresado al barroquismo, donde el horror vacui provocado por la sobresaturación de afiches publicitarios provoca su total inutilidad. No obstante, definen la estética contemporánea de la ciudad, contraponiéndose a la de otros momentos históricos bien cercanos” ¹. Claros ejemplos de este fenómeno los encontramos en Times Square, en Nueva York; Picadilly Circus, en Londres; Shinjuku, en Tokio, o la Plaza de Callao en Madrid.

La visión de los artistas

Las conexiones entre artes visuales, medios de comunicación y proyectos contra-publicitarios son a menudo tan profundas que resulta difícil discernir claramente en que lugar nos encontramos posicionados. Unos beben de los otros, retroalimentándose continuamente y generando unas líneas divisorias tan difusas que llegan a ser inexistentes en ciertos momentos. Por este motivo, algunos de los ejemplos que vamos a ver a continuación oscilan entre estos campos, generando tensiones entre sus diferentes concepciones. Pero lo remarcable es que son muchos los creadores que han dirigido su mirada hacia esta problemática, y por ende, son ricos y variados los resultados obtenidos. Sin embargo, casi todos ellos guardan una idea común, semejante también a los deseos de este texto, que no es otra que la de abrir un debate reflexivo con la ciudadanía, ajena pero al mismo tiempo cómplice y sufridora, sobre el estado actual de nuestras calles. Una calle, que como afirma Javier Abarca, “es la casa de todos. Es el lugar para hacer cosas comunes en la ciudad, y la ciudad es el centro del mundo” ².

Uno de los proyectos que han abordado la colonización publicitaria del espacio público de una forma abierta y reivindicativa, pero con una sensibilidad y poética que lo hacen enormemente destacable es el trabajo realizado por Urban Blooz. En 2003 llevaron a cabo su proyecto de intervención denominado See-Through en Francia, actuando sobre uno de los elementos publicitarios más

evidentes y molestos: las vallas. Ellos mismos definen su trabajo y filosofía del siguiente modo:

“Urban Blooz es un juego, las vallas publicitarias son el tablero, y la publicidad y la comunicación son el punto de interés. Un acto poético y subversivo que pretende poner en cuestión el lugar de los mensajes comerciales y del arte en los espacios públicos.

Las imágenes publicitarias son la clase más privilegiada y con mayor difusión dentro del imaginario del espacio público. Están expuestas en los lugares con mejor visibilidad y pueden ser vistas en cualquier parte.

Borrando los anuncios, las vallas publicitarias se convierten en nuevas ventanas por las que mirar al mundo”³.

De hecho, el propósito de este proyecto es el de mostrarnos cual sería la sensación de pasear por una ciudad libre de publicidad, como si ésta nunca hubiese estado presente, por lo que tampoco ha dejado ningún rastro, en un juego entre el peatón y su entorno urbano. El concepto utilizado para tal fin es al mismo tiempo enormemente sencillo y eficaz: cambiar la imagen que muestran las vallas por una representación de lo que éstas ocultan, en un intento de continuar la imagen de la ciudad, camuflando la existencia de estos soportes. Y el resultado obtenido es de una sensibilidad enorme. La imagen del árbol que se mantiene dentro de la valla que podemos ver en la Figura 1 resulta de una belleza extraordinaria, y muestra con gran exactitud lo que ocurriría realmente si la publicidad desapareciese de las calles. Su trabajo es un simulacro que pretende hacerse realidad.

En una misma línea de actuación, pero con resultados totalmente opuestos, encontramos al artista brasileño Tony de Marco. Su trabajo, fotográfico en este caso, versa también sobre la desaparición de las vallas publicitarias. No obstante, la ciudad de São Paulo que nos presenta en el proyecto “No logo” es la de un lugar desolado y trágico.

Sus fotografías fueron tomadas tras la aplicación de un nuevo reglamento que entró en vigor en la ciudad brasileña en enero

de 2007 denominado “Ley ciudad limpia” (*Lei Cidade Limpa*) y que abordó desde las enormes lonas que cubren fachadas enteras hasta los anuncios de los costados de los autobuses o las enseñas de los pequeños comercios de barrio. Un hecho de especial relevancia en una de las ciudades más invadidas por la publicidad que quedó inmortalizado por el objetivo de Tony de Marco. Sin embargo, la exposición que mostraba sus imágenes no alentaba precisamente a la eliminación de la publicidad, o al menos no de esa manera, ya que en ellas se nos presentan únicamente las frías y bastas estructuras de metal que conforman los soportes de las grandes vallas publicitarias (Figura 2).



Figura 1

No obstante, consiguió destacar dos conceptos importantes dentro de este debate; por un lado, evidenció la enorme cantidad de publicidad existente en la ciudad precisamente al hacerla más obvia con esta visión inhóspita. Por otro, dejó al descubierto otras problemáticas adyacentes, como la necesidad de mantener los cascos históricos, edificios emblemáticos o favelas abandonadas por las administraciones y que hasta ahora quedaban ocultos bajo los muros de papel publicitario.



Figura 2

Y realmente la visualización del problema es el nexo común de todos estos artistas, a los que podemos sumar también el trabajo de otros fotógrafos como Matt Siber y Josef Schulz. Sus propuestas se alejan de la intervención real y se centran en la recreación digital de diferentes paisajes en torno al cuestionamiento publicitario, basadas sobre todo en la confrontación ante una imagen extraña, pero al mismo tiempo, poética.

Matt Siber resulta especialmente interesante por su proyecto Floating Logos que él mismo explica de la siguiente forma:

“Inspirado por la proliferación de señales altísimas en el Medio-Oeste estadounidense, Floating Logos busca llamar la atención de esta forma de publicidad frecuentemente pasada por alto. En lo alto de altísimos postes y puntales, estos faros corporativos emiten su mensaje sobre nosotros con su brillante perfección de plástico. La

eliminación de la estructura que les da soporte en las fotografías permite a estas señales flotar literalmente sobre la tierra.

Hacer que los signos parezcan flotar no solo llama la atención sobre este tipo de señalización, sino que les da a ellos y a las compañías que allí los sitúan, una calidad de otro mundo. Se pueden encontrar referencias en la iconografía religiosa, la sobrenatural, las nociones populares sobre extraterrestres o las películas de ciencia ficción como Blade Runner. Cada una de estas referencias aluden a algo que puede afectar profundamente en nuestras vidas pero que queda más allá de nuestro control y comprensión”⁴.

Sus imágenes, tomadas en diversos lugares de Estados Unidos y Europa, muestran los típicos postes publicitarios de marcas tan conocidas como McDonald's, Burger King, BP o Leroy Merlin, desprovistos de sus soportes gracias a la manipulación fotográfica. En su Serie I utiliza para la toma un fuerte contrapicado, lo que simula la visión real de estos soportes en primer persona por parte del espectador que se sitúa ante ellos. Según el propio Siber explica, “la decisión de no incluir el suelo en la Serie I fue tomada para acentuar la desconexión existente entre el carácter abstracto de estas marcas/corporaciones y la realidad física”⁵. En la Serie II, en cambio, la aparición del suelo y parte del paisaje hacen más evidente las relaciones entre los soportes y el espacio que les rodea, ya que su contextualización resulta también primordial para entender este fenómeno.

El artista polaco Josef Shulz, por su parte, trabaja sobre una línea similar pero con resultados diferentes, como queda de manifiesto en su proyecto Sign Out realizado el año 2009 (Figura 3). En él podemos observar también las vallas publicitarias que el fotógrafo se encontró en las carreteras y centros comerciales de Estados Unidos durante sus viajes por el país. No obstante, su forma de llamar la atención del espectador hacia la omnipresencia publicitaria se centra en el signo en sí, y no en su soporte.

En sus fotografías manipuladas podemos observar los mismos postes que Matt Siber hacía flotar, ahora desprovistos de su mensaje, y por tanto, de su funcionalidad. Quedan como rastro físico de su existencia en el paisaje contemporáneo, reducidos a puro color y

forma, rompiendo su sistema intrínseco de comunicación. Podrían ser vallas nuevas, esperando a una marca para trasladar su mensaje, pero el espectador reconoce que son antiguas y que habían sido usadas, que la marca ha sido borrada, sacada del sistema publicitario por la mano del artista, y que éste pretende revelar su existencia corpórea en su contexto cotidiano.



Figura 3

Con la misma intención de enfrentar a la ciudadanía con la realidad física que supone la invasión publicitaria del entorno urbano encontramos el trabajo de la pareja austriaca formada por Christoph Steinbrener y Rainer Dempf. Su trabajo Delete! (Figura 4), basado en una excelente concepción estética, consiguió convertir una popular calle comercial de Viena en una imagen insólita de color amarillo. Con telas y plásticos cubrieron todos los signos comerciales de la calle: carteles, enseñas, vallas, luminosos... por un periodo de dos semanas. Esta intervención reavivó en el país el debate sobre como la publicidad afecta a la sociedad y el espacio público, ante los que el grupo se posiciona claramente crítico.

Según ellos mismos han afirmado en diversas entrevistas realizadas tras la intervención, este proyecto pretendía servir para

ilustrar el estado de este problema y para cuestionar hasta donde debe llegar la invasión publicitaria antes de pasar a la acción. Dempf y Steinbrener consideran que existen demasiados anuncios en Viena, y reivindican la belleza de una ciudad limpia de estos soportes, sobre todo ante ejemplos tan claros como los edificios históricos cubiertos por vallas publicitarias. Situación que además pone de manifiesto la supremacía de los intereses comerciales frente a los culturales, históricos, artísticos, y en definitiva, aquellos que aportan valor real a los ciudadanos.



Figura 4

En una misma línea, pero con un resultado mucho más perturbador se sitúa la intervención “4.000 carteles negros” que Santiago Sierra realizó en los barrios londinenses de Shoreditch y Bricklane durante los meses de junio y julio de 2008 (*Figura 5*), y que ha continuado con posterioridad en otras ciudades, como Berlín en 2011. Frente al color amarillo de Dempf y Steinbrener, que daba lugar a una estampa alegre y festiva, claramente artística, Sierra juega con la línea difusa que separa al arte del vandalismo, la contra-publicidad o la simple intervención callejera.

En su caso utilizó tan solo carteles de pequeño formato, al estilo de los que se emplean para promocionar conciertos y festivales

en los muros de todo el mundo y que tienen siempre una cierta connotación de ilegales. El resultado formal es de un impacto mayúsculo, al convertir espacios anteriormente abarrotados por los afiches que se aglomeran unos sobre otros en una explosión de color, en un monocromo muro negro, que más que negro, parece simplemente vacío.



Figura 5

Esta acción recuerda a otra que el colectivo francés Stopub realizó con un carácter más guerrillero. En su caso, el proyecto “Llamamiento a recubrir espacios publicitarios” consintió exactamente en eso, en cubrir con pintura negra los carteles del país en un intento por reactivar el debate sobre el exceso publicitario. Y del mismo modo, pero con pintura blanca, se han descubierto una serie de carteles y soportes publicitarios ocultos en Donosti durante el mes de abril de 2011. En este caso, nadie ha reivindicado su autoría ni ha desvelado su objetivo, pero la ciudad amanece cada día con más soportes intervenidos.

Y por último, resulta imprescindible abordar en estas líneas el trabajo que el artista Neko está realizando de forma prolífica y con una capacidad inagotable para generar nuevas ideas, sobre todo en la

ciudad de Madrid. Su trabajo, a veces en solitario y en ocasiones junto a otros artistas como Sue o Nuria Mora, aborda el fenómeno publicitario desde todos sus ámbitos. No obstante, nos volvemos a centrar aquí en aquellos que apelan a la saturación publicitaria del espacio público, sobre todo haciendo evidente la enorme cantidad de soportes dedicados exclusivamente a este fin que existen en las ciudades contemporáneas y su efecto sobre los transeúntes.

Naomi Klein afirma que “precisamente porque la gente quiere evitarla, la publicidad debe acosar a la gente”⁶, por este motivo, no es de extrañar que ésta sea cada vez más sorprendente, impactante, chillona e invasora. La publicidad es cada día más numerosa y ocupa más espacios de lo público porque la ciudadanía ha sido capaz de generar recursos de evasión ante sus llamadas. David Lubars, ejecutivo y creativo de BBDO Nueva York, declaró en una entrevista para *The Wall Street Journal* que “los consumidores son como las cucarachas: los rocías una y otra vez hasta que con el tiempo se vuelven inmunes”⁷. Teoría que evidencia los motivos por los que en la actualidad la ciudadanía debe hacer frente a una cantidad de contenido publicitario sin precedentes en su quehacer diario.

Sobre esta idea, Neko ha querido regalar a los ciudadanos ciertos momentos de relax frente a la avalancha de mensajes publicitarios que normalmente reciben. Bajo el eslogan “Hoy te cruzaras con más de 3.000 mensajes publicitarios. Neko te desea que tengas un buen día”, el artista pretende darnos un respiro frente a la saturación. Así pues, este mensaje se situó en marquesinas del centro de la ciudad de Madrid, sobre la publicidad comercial que en ellas se expone, haciendo evidente su presencia y llamando a la reflexión sobre este hecho.

De una forma más sutil, en un trabajo casi de abstracción pictórica, Neko plantea el mismo debate dejando al desnudo las luces de mupis y opis de la ciudad, e interviniendo sobre ellas para crear espacios de vibrantes colores (Figura 6), especialmente visibles en la noche. Estos neones llaman nuestra atención como lo hacen los demás soportes publicitarios. Pero ante nuestra mirada, no nos interpelan, sino que podemos simplemente disfrutar de su contemplación y al mismo tiempo, reflexionar sobre su verdadero

uso cotidiano y sobre como el panorama actual de la publicidad exterior supone un impacto real en el mantenimiento y construcción del espacio público contemporáneo.

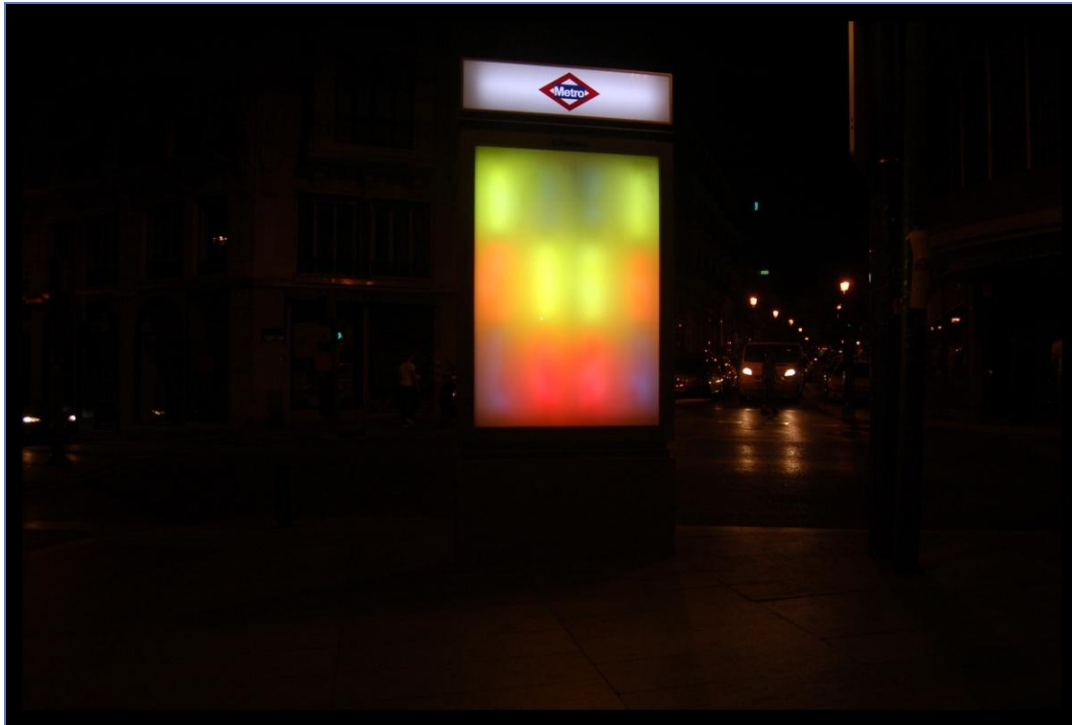


Figura 6

Conclusiones

El descubrimiento de la calle por parte de la industria publicitaria fue uno de los más importantes del sector. Y es lógico pensar que si el espacio público ha sido utilizado para tal fin desde el siglo XIX hasta nuestros días sin desfallecer es porque le avala su eficacia. Su éxito radica principalmente en su inevitabilidad. Es un lugar idóneo para incidir sobre los viandantes de forma ineludible, y esto ha resultado ser un gran reclamo para la publicidad, y por supuesto también para los artistas.

No obstante, uno de los motivos que han llevado a reclamar estos espacios a la hegemonía publicitaria ha sido precisamente las facilidades que esta industria posee para conseguir situarse de forma privilegiada en un lugar que nos pertenece a todos. Sus posibilidades

a la hora de utilizar el espacio público e incidir sobre la estética de las ciudades son cuantiosamente más representativas que las que la propia ciudadanía o los artistas poseen. Tal y como se plantea en “Trespass. A History of Uncommissioned Urban Art”, este fenómeno ha derivado en reacciones que atraviesan el problema y alcanzan extremos opuestos, pero lo realmente importante radica en la concepción de la problemática como un fenómeno a tener en cuenta:

“Más destacable es el fluctuar, como la marea, entre aquellos que consideran que mejoran, e incluso embellecen, sus alrededores, y aquellos cuya rabia rebelde les impele a joderlo todo. Ambas son, en cualquier caso, reacciones a la extendida comercialización y acomodamiento del espacio público. Una cosa era cuando aquellos chavales, por diversión, hacían locuras en ciudades abandonadas y decadentes; otra muy distinta es cuando las superficies atacadas son los soportes publicitarios; y éstos, hoy en día, están por todas partes, que es precisamente lo relevante” 8.

Como hemos visto, son muchos los artistas que han querido abrir un debate frente a la invasión comercial de nuestros centros urbanos, nuestros paisajes y nuestras calles. Algunos desde la cómoda visión que significa la galería, y otros desde la acción callejera en directo, llegando en ocasiones a convertir esta lucha por los espacios en la propia conceptualización de su arte. Una década de creaciones, donde aquí solo hemos expuesto una pequeña parte, que evidencia que los artistas siempre están presentes a la hora de presentar alternativas, mostrar sus propias realidades y compartir su forma de ver el mundo.

Notas

1 O. AICHER, El mundo como proyecto. 3ª ed. Barcelona y México: Ed. Gustavo Gili, 2001. p. 89.

2 Entrevista personal.

3 URBAN BLOOZ, About Urban Blooz,

< <http://cargocollective.com/urbanblooz> >, [Consulta: 28-10-2011]. Cita original: “Urban Blooz is a game, billboards are the playground, advertising and communication are the focus point. A poetical and subversive act, which bring into question the place of commercial message and Art into the public space. Advertising images are the most privileged and most diffused kind of imagery in the public space. They are exposed in place with the best visibility and everywhere it can be watched. By erasing adv, billboards became new windows to look the world into”.

4 M. SIBER, *Floating Logos*. <<http://siberart.com>>, [Consulta: 25-10-2011]. Cita original: “Inspired by the proliferation of very tall signs in the American Mid-West, *Floating Logos* seeks to draw attention to this often overlooked form of advertising. Perched atop very tall poles or stanchions, these corporate beacons emit their message by looming over us in their glowing, plastic perfection. Elimination of the support structure in the photographs allows the signs to literally float above the earth. Making the signs appear to float not only draws attention to this type of signage but also gives them, and the companies that put them there, an otherworldly quality. References can be drawn to religious iconography, the supernatural, popular notions of extraterrestrials, or science fiction films such as *Blade Runner*. Each of these references refer to something that can profoundly affect our lives yet is just beyond our control and comprehension”.

5 M. SIBER, ob. Cit. [Consulta: 25-10-2011]. Cita original: “The decision not to include the ground in Series I was made to accentuate the disconnect between the abstractness of these brands/corporations and physical reality”.

6 N. KLEIN, *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Ed. Paidós, 2005. p.37.

7 “They are like cockroaches – you spray them, spray, and they get immune” *The Wall Street Journal*, May 30, 1997. Citado en N. KLEIN, ob. Cit. p. 33.

8 C. MCCORMICK, M. & S. SCHILLER, E. SENO, *Trespass. A History of Uncommissioned Urban Art*. Ed. Taschen, p.132. Citado

por G. DE LA MADRID, “Escrito en los libros: Trespass. Lectura paralela. Cuatro”. Madrid, 2011:

<<http://www.escritoenlapared.com/2011/02/escrito-en-los-libros-trespas-lectura.html>>, [Consulta: 15-11-2011].

Referencias bibliográficas

O. AICHER, El mundo como proyecto. 3ª ed. Barcelona y México: Ed. Gustavo Gili, 2001. 183 p. ISBN: 968-887-278-4.

R. EGUIZÁBAL MAZA, Historia de la publicidad. 1a ed. Madrid: Ed. Eresma & Celeste Ediciones, 1998. 527 p. ISBN: 84-8211-160-4.

GRUPO MARCUSE. De la miseria humana en el medio publicitario. 2a ed. Francia: Ed. Melusina, 2006. 206 p. ISBN: 84-96614-74-3.

N. KLEIN, No logo: el poder de las marcas. Barcelona: Ed. Paidós, 2005. 500 p. ISBN: 978-84-493-1248-9.

R. PELTA, “Publicidad y paisaje urbano”. Lars, cultura y ciudad. Valencia: Ed. Iseebooks, nº 12 (2008), pp. 17-23.

Derechos de las imágenes

Figura 1: Urban Blooz

Figura 2: Tony de Marco

Figura 3: Josef Schulz

Figura 4: Steinbrener /Dempf

Figura 5: Santiago Sierra

Figura 6: Guillermo de la Madrid



EVOLUCIÓN Y PROCESOS DE LA IMAGEN HACIA LO FOTOGRÁFICO

MARÍA ANTONIA BLANCO ARROYO

Resumen

Este artículo centra nuestra atención en el estudio de la imagen como concepto que evoluciona hacia el ámbito de la reproducción técnica. Investigamos cómo la naturaleza reproductiva de la imagen nos aproxima a la creación fotográfica, siendo el paisaje un punto de inflexión clave. Se atiende a la implicación cultural del paisaje en la contemporaneidad. Esta indagación teórica nos conduce hacia una conceptualización de la fotografía en el mundo del arte, que va más allá de su ideal de representación clásico; estableciéndose conexiones con la propia realidad. En definitiva se habla de las posibles correspondencias de la imagen fotográfica respecto a su contexto socio-cultural.

Palabras clave: imagen, paisaje, realidad, fotografía, reproductibilidad.

* * * * *

LA NATURALEZA poli-dimensional de la imagen ha sido objeto de estudio y de observación desde su origen hasta la actualidad. Multitud de autores dan cuenta de ello. El hecho de que la imagen

tuviese lugar antes que la palabra, le confiere una especial relevancia que trasciende al plano artístico, para conducirnos hacia dialécticas que ejemplifican de manera visual, el significado de la imagen de una realidad colectiva. Además, pensar en teorizar acerca de ella como disciplina específica para el estudio de su naturaleza icónica, puede satisfacer la necesidad de encontrar un nuevo marco metodológico en el análisis de las imágenes. Las relaciones de orden que imperan en el tiempo y el espacio de la realidad pueden ser traducidas en el campo artístico mediante relaciones de orden visual, haciendo posible una relación inalterada de las estructuras sensibles de lo real. La imagen como representación es la conceptualización más cotidiana que poseemos. Sin embargo, el concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de los productos del arte; implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma: la conducta ¹.

En las últimas décadas los medios de producción de imágenes se han extendido sobremanera. Como consecuencia existen compartimentos más o menos imbricados, como el tecnológico, el sociocultural, el estético, el económico, etc. que han generado otras tantas disciplinas científicas que se unen a las ya existentes ². En el mundo contemporáneo cada vez hay más imágenes, y estas tienen más poder sobre nuestras vidas. Por eso se vuelve tan importante entender la fotografía en el momento artístico actual.

Precedentes en la Historia de la Imagen

La palabra imagen ha sido objeto de interpretación a través de distintas lenguas. El inglés distingue *image* que la designa como representación, real o imaginaria; y *picture* que se refiere a sus formas materiales. Del indoeuropeo provienen dos grandes familias. La primera *eidos* en griego, formada sobre la raíz *weid* de donde se deriva la palabra idea; la segunda *eikon* de la raíz *weik* derivada en icono y que designa la imagen material ³.

Desde el origen se ha insistido en la idea de imitación de la imagen, en su reproducción mecánica. Pero la imagen no se designa por la semejanza, no es una afirmación, sino una relación. Se infiere que la imagen de una imagen es otra distinta. Esta visión es importante para comprender el mundo, así como la existencia

autónoma de su representación. Además, la imagen mental que constituye lo imaginario no es semejante a lo real. Sin embargo, toda imagen tiene su parte imaginaria, la que le da su autor, y las que le son dadas por cada uno de sus receptores ⁴. Se establecen nexos ineludibles entre la imagen que procede de lo imaginario y la realidad. Esta idea se proyecta en una propuesta de análisis del mundo natural, de evaluación de lo que vemos. Así pues, debemos destacar el pensamiento de la escritora Susan Sontag, quién nos propone que fotografiar significa establecer una relación con el mundo ⁵. La imagen ha ido renovándose, y evolucionado en cuanto a sus significados y valores, dentro del ámbito artístico mediante la utilización de nuevos medios y procesos de creación.

El filósofo Rudolph Arnheim, argumentaba que las imágenes son representaciones, en la medida en que retratan cosas ubicadas a un nivel de abstracción más bajo que ellas mismas ⁶. Los pedagogos confirman, que el aprendizaje de la representación de las figuras va ligado al de las palabras que permiten nombrarlas ⁷. Y ante esta observación podemos plantear una hipótesis a partir de las dinámicas artísticas actuales. La inclusión de nuevas estéticas de representación alejadas de lo figurativo, e inclinadas hacia el terreno de la abstracción, está presente actualmente en la obra fotográfica de muchos artistas. Por lo tanto, ¿Podría esto significar que la morfología del lenguaje también ha sido alterada al mismo tiempo que los estilos artísticos? Habría que hablar entonces de nuevas vías referenciales y expresivas, ya que el grado de iconicidad, o de abstracción, que posee una imagen, es una variable que expresa el nivel de realidad de la misma, y del cual depende a veces la mayor o menor idoneidad que posee la imagen para desempeñar una determinada función pragmática ⁸.

Se atribuye al filósofo Anaximandro, la idea de fijar en forma de esquema gráfico, lo que describían de manera narrativa los viajeros. Esta idea supone una innovación intelectual al enlazar la imagen con la información que se tenía del mundo ⁹. El conocimiento es transcrito en imágenes, y además está en ellas.

Las imágenes naturales son aquellas que se extraen del entorno que nos rodea, son las imágenes de la percepción ordinaria cuyo

soporte es la retina; estas imágenes poseen el grado de iconicidad más elevado, ya que son las únicas que guardan una identidad total con el referente. La creación de imágenes es inminente, el hombre las crea y las consume, y la mayor parte de ellas son registradas. Este registro se lleva a cabo, cada vez con mayor avidez, gracias a la aparición de la fotografía.

Existe una estrecha conexión entre paisaje e imagen. El paisaje es ante todo una imagen, una representación que exige un punto de vista. Pero la percepción del paisaje aparece ya contaminada por los diversos modos de representación del territorio, saturada por una profusión de modelos latentes, arraigados, y que condicionan nuestra mirada, como bien ha demostrado el filósofo Alain Roger¹⁰.

La imagen y su reproductibilidad

El antepasado de todos nuestros procedimientos de reproducción, se encuentra en la estampación China. Sólo la invención del papel en China, hacia el año 200 a.C., permitió la reproducción masiva de imágenes¹¹. La unificación de extensos imperios, el desarrollo de los intercambios, de las ciudades, de los viajes, constituyeron el origen de la necesidad de reproducir nuestra historia. Estas reproducciones se hicieron durante siglos mediante el grabado, hasta la aparición moderna de la fotografía. El primer problema que surge con la imagen desmultiplicada está en el concepto de originalidad, puesto que su naturaleza y su fuerza residen en este vínculo sensible, físico, indisociable del modelo, y de este contacto que tiene que mantener con él¹². A lo largo de la historia el carácter original ha proporcionado valor a la obra de arte, sin embargo, actualmente los conceptos que priman en esta valoración están más orientados hacia la creación e innovación de discursos en la imagen, dentro de su categoría conceptual. La reproductibilidad técnica emancipa a la obra de arte de su existencia parasitaria en el ritual, por lo tanto preguntarnos acerca de la autenticidad de la copia no tiene sentido alguno. En el momento en que falla el modelo de autenticidad en la producción artística, se ha revolucionado toda la función social del arte. Así pues, su fundamento no aparece en el ritual, sino en una praxis diferente¹³.

Lo único desaparece, ya que éste pertenece al contexto de la tradición. Por el contrario, se aboga por una poética de lo múltiple y seriado. Según el filósofo Walter Benjamin, lo que se atrofia en la época de la reproducción técnica es el aura de la obra de arte, idea en la que insiste en sus diversos ensayos. Este proceso es sintomático, su importancia remite más allá del ámbito del arte ¹⁴. La realidad de nuestro entorno nos parece siempre la misma, pero, cuando presenciamos un lugar una sola vez y nos sorprende, tendemos a querer volver para adquirir un nuevo recuerdo del mismo. Esta necesidad de querer reproducir la imagen del entorno que hemos percibido se pone de manifiesto en el ámbito artístico, cuando el artista emplea la cámara fotográfica, para observar el lugar por segunda vez, ahora de forma indirecta, a través de un filtro: el objetivo. Pero, como aboga Benjamin, a pesar de las similitudes, incluso en la reproducción más perfecta falla una cosa: el aquí y ahora, su existencia irrepetible en el lugar que se encuentra ¹⁵.

Resulta significativo destacar que en el momento presente, hasta la gente más instruida confiesa que lee menos porque se siente cada vez más solicitada por la imagen. Se decía en el Renacimiento, de un hombre avisado: tiene olfato; en la actualidad, de alguien que está al corriente se dice que tiene vista, pues éste es hoy el sentido más solicitado ¹⁶. Vemos a través de la fotografía. La foto, escribe Roland Barthes, se adhiere a la realidad. La imagen fotográfica es el resultado de una emanación física y luminosa de un modelo que ya existe ¹⁷. Esta concepción arraigada en el origen de lo fotográfico no corresponde en absoluto con los discursos artísticos actuales, en los que la fidelidad a la realidad queda subvertida y transformada en un lenguaje, en ocasiones abstracto e irreal, que sustrae la evidencia iconográfica de la imagen. Un ejemplo para comprender esta idea podría encontrarse en una fotografía del artista Ola Kolehmainen (figura 1).

La primera fotografía de la historia, en la que aparece el paisaje natural, se titula: *Punto de vista desde la ventana de Gras*, y está tomada en 1826, con una exposición de ocho horas, por Joseph Nicéphore Niépce (figura 2), quién inventó la fotografía y colaboró junto a Louis Daguerre en la mejora de las técnicas fotográficas. Esta imagen está hecha sobre una placa de peltre, recubierta con betún de judea, y

actualmente se conserva en la colección Gernsheim de la Universidad de Texas, en Austin ¹⁸. Es significativo comprobar que la primera fotografía de la historia es una imagen de paisaje, género que no se ha perdido con la tradición pictórica, sino que hoy día sigue vigente en las propuestas fotográficas contemporáneas. Resulta interesante destacar algunas observaciones en cuanto a esta idea, comparando la imagen de Niépce con la de un artista reciente de más de un siglo y medio después: James Casebere.



Figura 1. Ola Kolehmainen. Autumn Leaves. 2008

El artista americano James Casebere, nacido en 1953, fotografía una escena que no es real, ya que se trata de una maqueta del tamaño de un tablero de mesa que el mismo ha creado, y que destruye después de ser fotografiada. La obra de James se titula: *Sing, Sing #2* (figura 3). En esta fotografía, la luz es artificial, y está situada estratégicamente por el autor; por lo tanto nada es natural. Dicha imagen nos habla de una estética del espacio irreal, cuyo fin se halla en su discurso artístico ¹⁹. Muy diferente es lo que ocurre con la imagen de Niépce, una captura totalmente directa del natural, donde no hay intervención de ningún tipo. Aquí la fotografía es una percepción fidedigna que documenta el espacio real, no inventado, sino simplemente documentado. Ambas imágenes retratan un paisaje en blanco y

negro, en el que la luz es un componente esencial de construcción de la imagen. En cambio entre una y otra existe una gran diferencia técnica y narrativa.

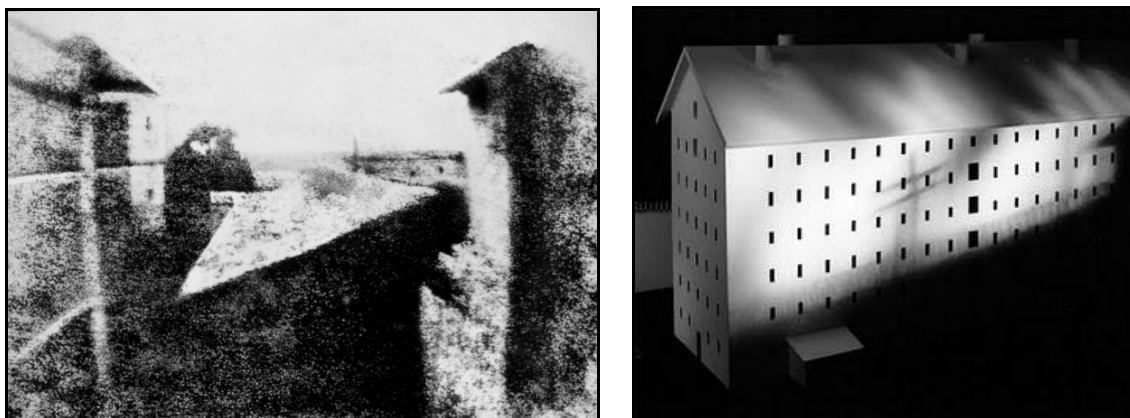


Figura 2. Joseph Nicéphore Niépce. Punto de vista desde la ventana de Gras. 1826. Figura 3. James Casebere. Sing, Sing #2. 1992

Cuando Niépce fallece en 1833, Daguerre queda al mando de las investigaciones. El 15 de Junio de 1839 un grupo de diputados franceses proponen a la Cámara que el Estado adquiriera la patente de la fotografía. Será entonces, en este mismo año cuando se anuncie este hallazgo oficial y burocráticamente²⁰. Desde aquel momento la fotografía se incorpora a la vida pública. Con el paso del tiempo se vuelve accesible y necesaria, no sólo en el ámbito cotidiano, sino también en el ámbito artístico. La imagen fotográfica se incorpora en los libros y en la prensa con mayor asiduidad. Es destacable la edición publicada en 1844 del primer libro ilustrado fotográficamente que constaba de veinticuatro imágenes obtenidas por calotipia: *The Pencil of Nature*, del inglés William Henry Fox-Talbot²¹. La fotografía tal como la conocemos hoy se la debemos a este autor, Talbot, quién consiguió en la misma fecha que Niépce sensibilizar un papel translucido, el negativo, del que se podían sacar tantas pruebas como se deseara²². La reproducción de la imagen ha evolucionado hacia una progresiva digitalización. Se está trabajando continuamente en un perfeccionamiento técnico de la imagen fotográfica desde sus comienzos. Este progreso se desarrolla en paralelo a una mejora de vida, en la que todo avanza a pasos agigantados, transformándose continuamente el proceso fotográfico en una acelerada posmodernidad.

El multimillonario y humanista Albert Kahn, equipó a sus operadores (a los que envió entre 1909 y 1931) a formar el primer banco de imágenes: *Les Archives de la planète*, setenta y seis mil fotos y ciento ochenta kilómetros de película, siempre conservados junto a su jardín japonés, y a su bosque de los Vogos en Boulogne-Billancourt ²³. Ahora, el banco de imágenes resulta incalculable gracias a los medios fotográficos. Esta práctica nos ha ido insertando poco a poco, en el mundo de lo digital y lo medial, donde la mayor parte del tiempo percibimos el paisaje de forma indirecta a través de un filtro: la pantalla del ordenador, la televisión, o el objetivo de la cámara. Cada vez vivimos más cerca de un entorno virtual, que no existe en la realidad física de las cosas posibles, sino solamente de manera digital. Este hecho podría explicar, en cierto sentido, una pérdida de sensibilidad frente a lo natural. Pérdida que se puede soslayar si contamos con las nuevas narrativas que surgen en los discursos de la fotografía contemporánea.

En este momento, la digitalización de la imagen plantea nuevos interrogantes sobre su propia permanencia material, a causa de la rápida caducidad de las tecnologías. La actual cualidad espectral del documento y el archivo abre un campo conceptual nuevo, que comporta incertidumbre respecto a la pérdida de la memoria histórica. “¿Es la universalización del archivo, paradójicamente, una universalización de la amnesia?”. Este interrogante nos lo plantea el artista Jorge Ribalta ²⁴. Lo que es cierto, es que a través de la fotografía descubrimos valores y significantes que nos ayudan a explicar la complejidad del espacio que nos alberga, a la vez que descubrimos, nuevas poéticas visuales en el ámbito de la creación.

La imagen de la naturaleza y su alcance cultural

“En el estudio de nuestro arte, como en el de todos los demás, una parte es el resultado de nuestra propia observación de la naturaleza; la otra, que no es poca, es el efecto del ejemplo de aquellos que han estudiado la misma naturaleza antes que nosotros, y que han cultivado antes que nosotros el mismo arte, con diligencia y con éxito”. (Fontcuberta, 2007, *Estética fotográfica*, pp. 53)

La teoría más reciente sobre el origen del paisaje sostiene que es una creación cultural. Según el historiador del arte E.H.

Gombrich, el concepto de paisaje fue pensado antes de su representación, y antes asimismo, de que existiera una palabra para nombrarlo ²⁵. De ahí que su carácter conceptual adquiera tanta importancia en las manifestaciones artísticas generadas. Esta afirmación nos induce a pensar que el significado teórico que éste adquiere prima sobre su representación. ¿Podríamos pensar entonces en la construcción de un paisaje sin su imagen física? Hipotéticamente hablando, esto ya podría estar pasando, ya que a través de la fotografía, las imágenes adquieren propiedades virtuales que cambian, cuando las obras se ubican en un espacio físico al ser expuestas. La pantalla del ordenador es un espacio virtual, por lo tanto aquellas imágenes que no llegan a reproducirse tampoco llegan a formar parte del entorno físico. Esta cuestión nos remite al aspecto virtual e irreal de la imagen.

Friedrich Nietzsche, ve en la naturaleza mucho más que un mero pensamiento. “Los bosques, las montañas, no son sólo conceptos, son nuestra experiencia y nuestra historia”, escribía. Nietzsche creía que la naturaleza era el lugar más adecuado para la reflexión ²⁶. Pero, además, debemos considerar que esta cuestión irrumpe actualmente aportando importantes cambios en la cultura actual del arte. Ahora, lo que verdaderamente nos interesa es el discurso del paisaje como protagonista. Aparentemente podríamos pensar que éste es un pensamiento moderno del arte. No obstante, en 1894, el pintor y escritor August Strindberg, escribió su particular manifiesto naturalista, en el que promovía la idea de dejar de repetir servilmente del natural, como decían los pintores. Este autor pensaba que había que aprender que lo indeterminado, caótico, e irracional, es lo natural ²⁷. La noción de paisaje conlleva pensar la naturaleza como un ente autónomo, donde el hombre establece relaciones. Requiere, por lo tanto, aprender a mirar para poder distinguir lo esencial y comprender las diferencias que se establecen en el seno de lo natural. El paisaje ha estado siempre asociado a lo pictórico. Pensemos en la posibilidad de los campos de color, las vibraciones cromáticas de Rothko, en esa tradición que interpreta Rosenblum, vinculada con el romanticismo sublime. Por otro lado, el filósofo francés Jean-François Lyotard, ha empleado lo sublime (surgido en el ámbito filosófico) en relación con la incapacidad para reducir a concepto,

una magnitud matemática o dinámica de la naturaleza, para establecer la diferencia entre modernidad, y posmodernidad²⁸.

La palabra que nombra al concepto de paisaje en chino, es *Shanshui*, del siglo IV. Dicho concepto está compuesto por otras dos palabras, *shan*, que significa montaña, y *shui*, cuyo significado es agua o río; por separado se refieren al contenido del paisaje, y juntas lo nombran. La síntesis de *Shanshui* es la combinación de bruma y nube, que está compuesta por agua y nube, y tiene forma montañosa. La representación de los elementos fluidos es característica de la pintura oriental de paisaje²⁹. Tan importante es esta concepción del paisaje, que llega hasta nuestros días de mano de artistas contemporáneos. El arte oriental que tanto ha destacado siempre los elementos de la naturaleza, como generadores de imágenes, ha evolucionado hacia una nueva estética; resultando nuevos discursos artísticos que conviven con las vanguardias. Un ejemplo de ello es la fotógrafa japonesa Maiko Haruki, nacida en 1974, quien nos propone con su obra, una concepción minimalista del paisaje que podría recordarnos a la abstracción de Malevich. La fotografía de Haruki titulada *Rain*, de 2004 (Figura 4) nos acerca a un paisaje real, a través de un fuerte contenido plástico, basado en la abstracción del encuadre. No existe ningún tratamiento digital en su imagen. Se trata de unas gotas de agua casi inapreciables, que caen desde un tejado, pasando discretamente de un plano al otro de la imagen. Su obra es irreproducible dada la enorme complejidad de sus mínimos detalles. Por lo tanto, el conjunto de la información no nos llega fácilmente, requiriendo por parte del espectador una mirada prolongada. Esta idea nos incita a reflexionar acerca del ritmo de vida que impone la ciudad; de tiempos cortos, y cambios continuos³⁰. Se exige pues, del arte, una experiencia de lo concreto, de lo singular, e irrepetible; que desagarre la irrealidad de un mundo social mediatizado³¹. Esta idea nos confirma la perdurabilidad del paisaje en la cultura oriental, así como su trascendencia y evolución en el panorama artístico actual. Hoy día, no hay que sorprenderse de que Japón haya conquistado el monopolio de la industria fotográfica; dejando a los occidentales los procedimientos de codificación académica. No se trata de una opción económica, sino efecto de la cultura de la imagen³².

El filósofo y escritor Alain Roger, postula que la naturaleza es indeterminada, y que sólo el arte la determina, por lo que un país no se convierte en paisaje más que bajo la condición de paisaje ³³. Lo artístico evalúa y proyecta con trabajos visuales los aspectos más esenciales de la realidad natural. Hablamos de dirigir nuestros modos de ver, puesto que la naturaleza es un fenómeno en continuo cambio. El primer texto del escritor John Ruskin: *Pintores modernos*, de 1843, situaba el paisaje en un contexto más amplio que el estudio de las formas, y la historia del estilo. “*El paisaje superior*” dependía de una humilde sumisión de los hombres a las grandes leyes de la naturaleza, de una cercana observación del mundo de lo natural ³⁴. La observación nos permite reconocer. Reconocemos en la naturaleza, pero: ¿Reconocemos del mismo modo en su imagen? Dado que existe una diferenciación entre lo real, y la representación en imagen de esa realidad, a veces resulta confusa esta tarea. La imagen de la naturaleza es siempre un compromiso entre la realidad y lo que queremos ver en ella. Lo particular se toma la revancha de lo universal, lo momentáneo de lo eterno, y lo accidental, de lo esencial ³⁵.

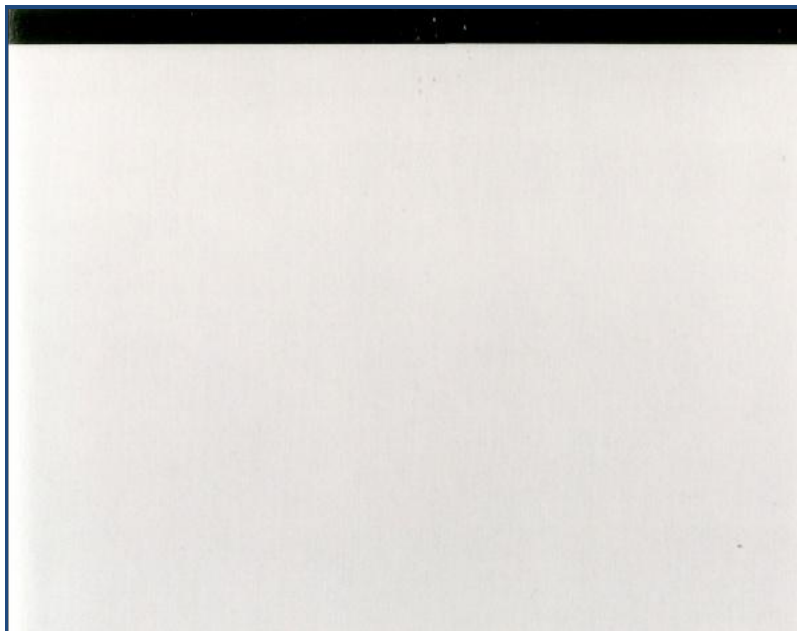


Figura 4. Maiko Haruki. Rain. 2004

Relación entre la imagen fotográfica y la imagen real

Esta asociación, sólo es posible gracias a la existencia de estructuras que relacionen discursos, y propiedades formales, encontradas en lo natural y en lo fotografiado. Esta operación puede ser constatada debido a que la imagen posee equivalentes estructurales de cualquier situación de la realidad. Este hecho permite la representación espacial o modelización representativa en imagen fija ³⁶. Así bien, toda imagen, tanto física como digital presenta tres estructuras: la espacial, la temporal, y la de relación. Las dos primeras son las únicas que admiten una formalización teórica. El espacio y el tiempo se convierten en los elementos de definición icónica de la imagen. La capacidad estructural de la misma está basada en el propio esquema de la realidad. Teniendo en cuenta esta idea, podemos continuar diciendo que el concepto de significación artística, no es otra cosa que la expresión de una doble operación selectiva, primero perceptual, y después representativa que la imagen hace de la realidad ³⁷. Reafirmo esta cuestión, a partir de la posición que mantiene Cartier-Bresson, cuando expone que hacer fotografías es hallar la estructura del mundo ³⁸. Baudrillard, rechaza toda conexión entre imagen y realidad en nombre del simulacro ³⁹.

También debemos considerar, que la fotografía es una imagen, susceptible de ser alterada artísticamente mediante procesos de manipulación, o de foto-montaje realizados a través de programas informáticos específicos. Hoy, la digitalización, hace posible que la fotografía pueda ser tratada, y por ello, no hay posibilidad de detectar las alteraciones realizadas sobre ella. Esto quiere decir que la fotografía ha dejado de ser prueba de un acontecimiento natural o huella, para convertirse en un ensayo de la realidad bajo el prisma personal del fotógrafo. Esta condición transformable que adquiere la imagen enriquece sobremanera los procesos de creación.

Podríamos hablar de la modificación de lo real, como aporte evolutivo, en la fotografía a través de algunas obras del artista Chema Madoz (fig. 5). En sus imágenes la metáfora interviene alterando la percepción de la realidad más inmediata. Se establece así una descontextualización *Dadá* en sus imágenes ⁴⁰. Madoz emplea lo natural como elemento cotidiano de la vida, proporcionándole

nuevos significados que explican que lo fotográfico construye, e inventa, una nueva realidad imposible de hallar de forma directa en el entorno físico: común y externo, y lo hace desde el traslado de lo reconocible a la paradoja romántica, a la parodia, o a la broma *brossiana*. Para Walter Benjamin, las formas de la expresión de la vida cotidiana, las imágenes que hacen referencia a lo fugaz y al sueño, son manifestaciones de un vínculo complejo, y constituyen, en el lenguaje de Baudelaire “*correspondencias*” entre mito y modernidad⁴¹. Madoz emplea un collage visual que nos habla de la percepción del mundo. Una sensación parecida es la que tenemos cuando soñamos, o al mezclar momentos vividos, donde todo queda relacionado, constituyéndose con ello nuestro particular pensamiento visual ⁴². Estos instantes imaginados, igual que los que reflejan las imágenes de este autor, construyen modelos nuevos de realidad.



Figura 5. Chema Madoz. Chema Madoz. 1996

Otro punto a tener en cuenta es el recorte de la realidad a través de la fotografía. Fotografar es un ejercicio de simplificación, de concreción. Necesitamos delimitar para hallar lo esencial en la naturaleza. A propósito de esta idea, Roland Barthes, intuía en la fotografía una red de esencias materiales, obligando a un estudio físico, químico, y óptico de la foto ⁴³. Este recorte selectivo conduce nuestra mirada hacia un mensaje concreto. Por lo tanto, toda imagen

es una visión sintética, selecta, fragmentada, y subjetivada del mundo real ⁴⁴. Joan Fontcuberta añade que al igual que el botánico, el fotógrafo aísla de la multiplicidad del todo un fragmento característico para subrayar sus elementos esenciales, pero según él, existe una ventaja para el artista, la idea de que éste pueda expresar visualmente lo que el científico sólo puede describir. Además, el hecho de que un fragmento aislado pueda simbolizar un todo, y que la imaginación pueda nutrirse cuando ésta se ve forzada a participar, representa un campo en el que la fotografía de paisaje ofrece infinidad de posibilidades ⁴⁵.

Pero debemos tener en cuenta que la fotografía, entendida como obra de Arte duradera, contiene muchas claves sobre la percepción humana y su ampliación de la visión. El contexto adquiere un valor añadido, por lo tanto, lo que percibimos es el resultado de una interacción entre el acontecimiento y la experiencia, que tiene lugar en el momento observado. El modo de ver del artista y de expresar el significado del espacio en una fotografía, es tan importante como la percepción y el conocimiento que se tiene, de este mundo natural ⁴⁶.

Desde hace aproximadamente dos mil años, se ha sabido que cuando la luz pasa por un pequeño agujero hasta el interior oscuro y cerrado, aparece una imagen invertida en la pared situada frente al agujero. Pensadores tan distantes entre sí como Euclides, Aristóteles, Roger Bacon, y Leonardo, advirtieron este fenómeno, y especularon acerca de si podría ser análogo al funcionamiento de la visión humana. Para Descartes, la cámara era una demostración de cómo un observador puede conocer el mundo, únicamente por la percepción de la mente. La posición del ser en este espacio interior, vacío, constituía una condición previa para conocer el mundo externo ⁴⁷. Por lo tanto, nos toca pensar en la fotografía como un medio de expresión artística, con una doble naturaleza interna-externa, que crea imágenes que van más allá de la mera actividad contemplativa, proyectándonos hacia un impulso reflexivo.

Notas

1. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992, p. 29.
2. J. VILLAFANE, ob. cit., p. 20.
3. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, p. 11.
4. M. MELOT, ob. cit., p. 13.
5. S. SONTAG, Sobre la fotografía. Barcelona, 2009, p. 14.
6. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992, p. 37.
7. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, p. 23.
8. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992, p. 40.
9. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, p. 27.
10. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992, pp. 44-45.
11. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, p. 49.
12. M. MELOT, ob. cit., pp. 47-48.
13. W. BENJAMIN, Estética y política. Buenos Aires. 2009, p. 98.
14. W. BENJAMIN, ob. cit., p. 91.
15. H.-G., GADAMER, La actualidad de lo bello. Barcelona. 2009, pp. 20-22.
16. W. BENJAMIN, Sobre la fotografía, Valencia. 2008, p. 95.
17. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, pp. 71-72.
18. S. PÉREZ. F., La muerte de la fotografía, 2009. [Consulta en línea: 09/07/2010]. En:
<http://maestriadicom.org/articulos/¿la-muerte-de-la-fotografia/>

19. D. BOHR, Arquitecturas ficticias. [Consulta en línea: 05/07/2010]. En:
<http://www.exitmedia.net/prueba/esp/articulo.php?id=44>
20. J. L. PARIENTE F., La invención de la fotografía, 1989. [Consulta en línea: 02/07/2010]. En:
<http://www.excelencia.uat.edu.mx/pariente/Articulos/Fotografia/La%20inencion%20de%20la%20fotografia.htm>
21. J. FONTCUBERTA, Estética Fotográfica. Barcelona. 2007, p. 20.
22. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid. 2010, p. 74.
23. M. MELOT, ob. cit., p. 78.
24. VV.AA., Profecías (Catálogo), Salamanca, 2009, p. 215.
25. VV.AA., Del Paisaje reciente. Madrid, 2006, p. 96.
26. VV.AA., ob.cit., p. 93.
27. VV.AA., ob.cit., p. 94.
28. VV.AA., El paisaje. Valencia, 2008, p. 15.
29. VV.AA., Del Paisaje reciente. Madrid, 2006, p. 113.
30. VV.AA., ob.cit., p. 123.
31. L. E. GAMA, “Arte y política como interpretación”, Revista de Estudios Sociales, N° 16 (2009), p. 102.
32. M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010, p. 53.
33. A. ROGER, Breve tratado del paisaje. Madrid, 2007, p. 23.
34. VV.AA., Del Paisaje reciente. Madrid, 2006, p. 205.
35. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992, p. 43.
36. J. VILLAFANE, ob. cit., p.35.
37. VV.AA., Profecías (Catálogo), Salamanca. 2009, pp. 50-53.

38. S. SONTAG, (2009): Sobre la fotografía. Barcelona, 2009, p. 104.
39. J. BAUDRILLARD, Cultura y simulacro. Barcelona, 1993.
40. C. MADDOZ, No todo es lo que parece. [Consulta en línea: 22/06/2010]. En: http://www.chemamadoz.com/chema_madoz.htm
41. W. BENJAMIN, Estética y política. Buenos Aires. 2009, p. 22.
42. J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid. 1992, p. 89.
43. R. BARTHES, La cámara lúcida. Barcelona. 2007, p. 52.
44. E. RODRÍGUEZ, La realidad fragmentada (Tesis). Madrid. 1992, p. 359.
45. J. FONTCUBERTA, Estética fotográfica. Barcelona. 2007, pp. 134.-137.
46. S. YATES, (2002): Poéticas del espacio. Barcelona. 2002, p. 167.
47. S. YATES, OB. CIT., pp. 132-134.

Referencias bibliográficas

- A. ROGER, Breve tratado del paisaje. Madrid, 2007.
- E. RODRÍGUEZ, La realidad fragmentada (Tesis). Madrid. 1992.
- H.-G. GADAMER, La actualidad de lo bello. Barcelona. 2009.
- J. BAUDRILLARD, Cultura y simulacro. Barcelona, 1993.
- J. FONTCUBERTA, Estética Fotográfica. Barcelona. 2007.
- J. VILLAFANE, Introducción a la teoría de la imagen. Madrid, 1992.
- L. E. GAMA, “Arte y política como interpretación”, Revista de Estudios Sociales, N° 16 (2009)
- M. MELOT, Breve historia de la imagen. Madrid, 2010.
- R. BARTHES, La cámara lúcida. Barcelona. 2007.

- S. SONTAG, Sobre la fotografía. Barcelona, 2009.
- S. YATES, (2002): Poéticas del espacio. Barcelona. 2002.
- VV.AA., Del Paisaje reciente. Madrid, 2006.
- VV.AA., El paisaje. Valencia, 2008.
- VV.AA., Profecías (Catálogo), Salamanca, 2009.
- W. BENJAMIN, Estética y política. Buenos Aires. 2009.
- W. BENJAMIN, Sobre la fotografía, Valencia. 2008.

Documentos electrónicos:

- C. MADDOZ, No todo es lo que parece. [Consulta en línea: 22/06/2010].
En: http://www.chemamadoz.com/chema_madoz.htm
- D. BOHR, Arquitecturas ficticias. [Consulta en línea: 05/07/2010]. En:
<http://www.exitmedia.net/prueba/esp/articulo.php?id=44>
- J. L. PARIENTE F., La invención de la fotografía, 1989. [Consulta en línea: 02/07/2010].
En:<http://www.excelencia.uat.edu.mx/pariente/Articulos/Fotografia/La%20invencion%20de%20la%20fotografia.htm>
- S. PÉREZ. F., La muerte de la fotografía, 2009. [Consulta en línea: 09/07/2010]. En: <http://maestriadicom.org/articulos/¿la-muerte-de-la-fotografia/>.



INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN EL ARTE SONORO DE LA ERA DIGITAL

GLORIA RICO CLAVELLINO

Resumen

El desarrollo del Arte Sonoro se encuentra estrechamente vinculado al de la tecnología. Este texto pretende acercarse al empleo de elementos tecnológicos e innovadores en el campo del Arte Sonoro y los resultados que de ello han obtenido numerosos artistas de esta disciplina en la Era Digital. Así como el Arte se hace eco de la sociedad y la cultura de su momento, también lo hace de la tecnología a través no sólo de su inclusión temática/conceptual, sino como herramienta para la ideación, ejecución y creación de las obras de arte.

Palabras clave: Era digital, arte, sonido, tecnología, innovación.

* * * * *

Sobre arte sonoro

EN EL SIGLO XX, con el auge de las Vanguardias se produce la fusión e hibridación de las categorías artísticas, de los materiales y los soportes. “La presencia del sonido como un

componente determinante en la obra artística es consecuencia de este proceso de hibridación y plurisensorialidad contemporánea.”¹ Músicos y artistas visuales beben los unos de los otros, compartiendo materiales y elementos que anteriormente fueron propios de cada disciplina. Así se encuentran numerosos conciertos en los que las proyecciones visuales forman parte activa de las piezas y obras plásticas en las que el sonido ejerce un papel primordial.

En general, la cuestión de lo sonoro aparece relegada a un segundo plano o inexistente al hablar de arte, cuando los usos sociales de esta palabra se asocian a las artes visuales, quedando la música como una categoría por fuera del arte y ligada al entretenimiento en los contextos de las prácticas y los discursos de la cultura de lo masivo.²

Manuel Rocha Iturbide³ define el arte sonoro como todo aquello que no cabe dentro del concepto música. Como bien dice, para John Cage el arte sonoro sería música, dado que define a esta como sonidos organizados en el tiempo. Las obras de arte sonoro emplean el sonido como medio de expresión. La mayoría de ellas son de carácter intermedia. Para él existe un límite entre lo que entiende por arte sonoro (poesía sonora, acciones sonoras, radio arte, obras conceptuales que hacen referencia al sonido, obras intermedia en las que el sonido es el elemento principal e incluso música electroacústica y música experimental) y lo que hoy en día tiende a denominarse arte sonoro (por apropiación terminológica) de aquéllos creadores de música alternativa poco talentosos en comparación con los compositores electroacústicos. Para él, arte sonoro son básicamente “escultura sonora, instalación sonora y obras intermedia en las que el sonido es el elemento principal (que no sean danza ni teatro), (...) ya que es esta característica intermediática lo que hace único al arte sonoro y lo diferencia de las demás artes basadas en el tiempo.”⁴

Para Barber y Palacios, el arte sonoro es:

“Un concepto muy amplio y extendido como la goma-espuma, por diferentes ámbitos (utilizados por músicos y no-músicos), en cambio en sus inicios el concepto, a finales de los setenta, se empezó a emplear concretamente para definir a los artistas

visuales que utilizaban el sonido en sus obras. Es decir, que no surge en el ámbito de la evolución musical, sino en el seno del arte visual. (...) Se llama así porque, por un momento excepcional, lo sonoro toma protagonismo respecto a la imagen.”⁵

Dentro del arte sonoro existen distintas subdisciplinas o subcategorías que, de forma general, pueden dividirse en instalación sonora, paisaje sonoro, poesía sonora, espacios afinados, escultura sonora y otros subgrupos y formas mixtas. Algunas manifestaciones del arte sonoro como el radio-arte o la poesía sonora parecen haber sido adoptadas por aquél debido a su exclusión del campo musical y de los géneros radiofónicos. Se produce una unión de tales manifestaciones que emplean el sonido para circunscribirse dentro de un término común como es arte sonoro.

Los artistas sonoros proceden principalmente de las artes visuales, no del campo de la música. Es del campo plástico de donde surge, aunque a día de hoy hay artistas sonoros de formación muy diversa, entre ellos músicos. Utilizan sonidos naturales o elaborados a través de medios tecnológicos. Emplean diferentes lenguajes propios del arte contemporáneo: performance, ensamblaje, escultura, instalación, etc., y ubican sus obras en espacios propios del arte (galerías y museos) y en espacios públicos. Su formación no musical, normalmente, hace que trabajen el “sonido como lenguaje sin principios musicales, aunque ello no impide que muchas de las obras de arte sonoro puedan formar parte la música como lenguaje constituyente de las mismas.”⁶ Sin embargo, el término de arte sonoro se ha expandido más allá del mundo de las artes plásticas, apropiado en “el campo expresivo de muchos músicos y de otros creativos de formación divergente, que hace que su amplitud diversa no lo ponga en crisis, sino muy al contrario, su naturaleza diversa de expresar nuevas maneras de preguntarse y entender a través del sonido, sea su razón de ser.”⁷

Sobre la era digital

Nos encontramos embarcados en la era de la tecnología y la información, de los avances científicos y la globalización (para algunos entendida como privación de la identidad cultural). Debido a

la informática y a los avances de los medios audiovisuales, la comunicación social intercultural y el acceso a la información se han visto incrementados exponencialmente en las sociedades desarrolladas y en determinados núcleos. La visión del mundo cambia. Nuestro comportamiento se ve influido por el bombardeo informacional. En muchos casos, la capacidad actual de innovación tecnológica (que conlleva una profunda transformación de las personas, organizaciones y culturas) parece ir por delante de la valoración de sus riesgos y repercusiones sociales.⁸ A la sociedad de este tiempo, en el que los avances de las tecnologías de la información y la comunicación producen cambios significativos a todas las escalas, se la denomina “sociedad de la información”. Era Tecnológica, Electrónica, de la Comunicación, de la Información o Era Digital son los diferentes calificativos con los que se conoce la era que nos ha tocado vivir. Una particularidad fundamental en esta “era” es la importancia del conocimiento y la capacidad de ser difundido e intercambiado a través de Internet, desde una perspectiva colaboracionista, generado a través del trabajo informal y muchas veces horizontal.

Para James Lull (doctor en Ciencias Sociales y profesor de Ciencias de la Comunicación en California) la Era Digital describe:

“No sólo a la eficiente transmisión de bits digitales de aquí para allá, sino que también a la significancia que tiene el proceso de comunicación para la gente real mientras se relaciona con el rango amplio de materiales y recursos simbólicos que hay a su disposición, (...) que constituyen la vida cotidiana. (...) El otro lado del atractivo optimismo sobre la vida en la Era de la Comunicación a menudo expresa que es un hecho innegable que las ventajas tangibles que son producto de la tecnología actual y de la conectividad, aumentan muy desigualmente a través de categorías sociales dentro de naciones individuales, y entre naciones en el contexto global. Así como la Era de la Comunicación es un fenómeno global, también lo es la división digital. Áreas enormes del mundo, incluyendo ciudades norteamericanas interiores, barrios africanos de chozas, favelas brasileñas, y las áreas rurales pobres de China e India están casi

completamente ‘desconectadas’ de la tecnología de la información y de la sociedad-red global.”⁹

A pesar de las diferencias generadas según los contextos socioculturales de los que hablemos, en los países desarrollados, el auge de las tecnologías, y no sólo para el acceso a la información y la comunicación, es evidente en el entorno cotidiano: microchips, tarjetas inteligentes, dispositivos electrónicos de todo tipo, videojuegos interactivos, realidad aumentada,... y un sinnúmero de aparatos, instrumentos, etc. que, inmersos en nuestra vida diaria son obra del avance tecnológico.

Este proceso de asimilación mediática supone cambios profundos no sólo de los modos de creación, sino sobre todo de los conceptos y paradigmas estéticos. (...) Nos enfrentamos a una multiplicidad de medios, sistemas, herramientas, soportes, formas y modos presentes en el contexto de la creación contemporánea, que propicia y da lugar a nuevos conceptos, posibilidades, experiencias, representaciones, configuraciones, (inter)relaciones, etc.¹⁰

El ensayo de Walter Benjamin, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" es una lectura crítica sobre la huella que la tecnología marcó en la función social y política del arte, a partir de las nuevas formas de arte reproducidas mecánicamente, como el cine o la fotografía. Su visión se hace realidad en la era digital. Las prácticas prevalecientes de arte en la era digital se oponen a los valores establecidos y las concepciones clásicas sobre el arte. Ahora ya no sólo se emplean herramientas capaces de reproducir técnicamente las obras, sino que están al alcance de todos con la fotografía digital, los softwares de retoque digital, las cámaras de vídeo, los programas de edición,... desde los usuarios no profesionales a los artistas. Ahora, para el artista se abre un abanico de posibilidades para la creación, desde las video-creaciones (de fabricación casera o de grandes producciones) al net-art, pasando por la realidad aumentada o el arte sonoro (entre otros). La tecnología ha logrado que alguien sin conocimientos sobre solfeo sea capaz de componer una sinfonía. Para los artistas sonoros de hoy, el ordenador ha supuesto una herramienta fundamental y los programas de edición de sonido son el cincel para esculpir las formas sónicas de

sus apuestas creativas, sin olvidar otros muchos elementos, medios, soportes, artilugios y materiales (en función de cada propuesta particular y del subgénero dentro del arte sonoro).

Tecnología en el arte sonoro de la era digital

El uso generalizado de las tecnologías, y los distintos medios de interacción que hoy son posibles gracias a su intermediación, plantean todo un nuevo abanico de situaciones posibles, que desde sus diversos grados de capacidad inmersiva nos proponen aprender a partir del análisis de nuestra propia situación en su seno.(...) Nos proponen, en definitiva ser usuarios y al mismo tiempo protagonistas de configuraciones pensadas para ser experimentadas desde el interior, habiendo sido concebida en ellas nuestra presencia como posible origen de un nuevo flujo de informaciones, susceptibles de ser a su vez originadoras de nuevos procesos.¹¹

Inmersos en la era digital, los artistas sonoros se apropiaron de los nuevos avances tecnológicos para investigar y elaborar sus piezas. En la actualidad, los “avances de los avances”, en un continuo reciclarse técnico (a la vez alumbramiento y defunción), ofrecen la posibilidad de creación en el ámbito del sonar sin la necesidad de ser un profesional en materia sonora. El alcance al usuario de a pie del ordenador, y todas sus posibilidades, así como gran cantidad de elementos electrónicos de relativa complejidad y, especialmente, la posibilidad de libre aprendizaje (e intercambio de información y conocimientos) que ofrece Internet, generan un campo de cultivo fértil, de fácil acceso y relativamente sencillo y económico (según la propuesta) para la producción sonora por parte cualquier artista plástico sin conocimientos musicales. Hay que tener en cuenta que numerosos proyectos sonoros de tipo instalativo, escultórico, etc., requieren de la colaboración interdisciplinar y son sumamente complejos. Sin embargo, nos referimos a la facilidad de modelar el sonido a través de softwares y otras herramientas tecnológicas asequibles al bolsillo y a las posibilidades técnicas de cualquier usuario. Son éstas las que facilitan la labor de artistas que desean utilizar el sonido como material de sus obras sin necesidad de recurrir a expertos en la materia.

En la medida que la tecnología ha ido evolucionando y este cambio fue paralelo al traspaso de la válvula de vacío al transistor, del transistor al circuito integrado y del circuito integrado al microchip. En la medida que los sistemas de grabación, sintetizadores, ordenadores, etc. se han hecho más ricos en prestaciones sus costos han experimentado una relación inversamente proporcional, lo que hace posible que un mayor número de compositores, diseñadores, artistas sonoros y audiovisuales, técnicos, aficionados, etc. accedan más fluidamente a las técnicas de producción, proceso y edición de sonido. (...) En la actualidad la tecnología nos permite manipular todo tipo de datos y estructuras. Desde la información hasta los genes, pasando por formas, colores, sonidos, et c. Los procesos sonoros en dominio digital van desde las técnicas más clásicas (copiar, cortar, pegar, reproducir al revés, etc.) hasta otras más sofisticadas como la aproximación, esa que hace posible intervenir sobre un bit, sobre una partícula de sonido y modificar su estructura, como así también el acceso a distintas posibilidades de síntesis, muestreo, re-síntesis, etc. Todas estas técnicas más las opciones de edición en una línea de tiempo hacen que la creación en este campo se presente como un menú sumamente rico en posibilidades, casi infinito.¹²

“La cuestión de lo tecnológico aparece en torno a los debates dividido, a grandes rasgos, entre quienes asumen una postura crítica, cautelosa o devastadora de lo tecnológico y quienes la celebran, alaban y la elevan a sobre altares casi religiosos.¹³ A pesar de esta división de opiniones a favor o en contra de lo tecnológico en el arte, es obvio que, en los momentos en los que nos encontramos, los utensilios y materiales tecnológicos son herramientas empleadas para la creación artística, que no un fin en sí mismos, al margen de los aspectos conceptuales relativos a la propia obra de arte. Se pueden establecer relaciones entre obras y tecnología según “la incidencia de lo tecnológico en los procesos de producción, circulación y recepción. Se podría, (...) establecer una diferenciación entre obras, estilos o géneros clasificándolos de acuerdo a una tecnología de producción, una tecnología de circulación y una tecnología para su recepción.”¹⁴

“Debido a la tecnología, la clásica situación tripartita de la comprensión musical (creador-obra-escucha o intérprete) vivirá un drástico revuelo como su tradicional jerarquía. (...) Es el intercambio de información canalizado por medios electrónicos y (...) digitales el que continúa generando los cambios más profundos y de manera sumamente rápida.”¹⁵ Parece que, como dicen Barber y Palacios, este continuo avanzar tecnológico de lo sonoro nos hace plantearnos nuevas formas de escucha, que se hacen evidentes con el simple ejemplo de la escucha a través de auriculares o de los altavoces (y otros elementos) en los habituales conciertos.

Nada ha podido estimular más el desarrollo del arte sonoro que la aparición de las tecnologías del audio comenzando por el fonógrafo y la capacidad de grabación. Si se acepta la grabación como un acto de memorización o como el potencial de inmortalizar un momento con palabras y sonidos, el traspaso tecnológico permite por ejemplo que una obra se escuche y re-escuche varias veces todas por igual y en forma óptima. También la posibilidad de revivir voces. (...) Las tecnologías del audio de ahora permiten manipular el sonido con una precisión quirúrgica al alcance de muchos gracias a la revolución informática. En consecuencia la inquietud del artista sobre el contenido y significado de un sonido es fácilmente alcanzable, porque un sonido grabado en un archivo de audio puede ser editado cambiando su velocidad, revirtiendo el final al comienzo, invirtiendo sus frecuencias y cambiando su duración y altura. (...) Con estos elementos el artista puede crear su propio lenguaje fonético expresado por objetos que ni siquiera hablan pero que se comportan como onomatopeyas. (...) Los sistemas de audio ofrecen una precisión en el sonido menor a mili-segundos al punto de poder descomponer el sonido en granos o cuantas de energía. El sonido granular se puede estirar, comprimir, voltear y manipular de una manera muy plástica permitiendo crear una imagen casi en forma escultórica, transformándose como objetos sonoros en la mente del artista.¹⁶

Características comunes a muchos artistas sonoros incluyen el uso de materiales audiovisuales como pantallas, esculturas, objetos encontrados, fuentes sonoras acústicas, sonidos electrónicos modificados en tiempo real y procesos interactivos; la participación

del público; instrumentos electrónicos y dispositivos de control... La historia del arte sonoro camina paralela a la de la tecnología. Los artistas sonoros han estado a la vanguardia de la producción de sonidos electrónicos. Las innovadoras técnicas de grabación, síntesis, transformación y distribución espacial de los sistemas y programas informáticos han formado parte de la historia del arte sonoro. Muchos han creado sus propios sistemas multicanal de reproducción, los códigos y los controladores para llevar a cabo métodos originales en la dispersión del sonido.¹⁷ “Con la irrupción de la tecnología electrónica y digital los diferentes paradigmas tecnológico-sonoros (...) han entrecruzado sus metodologías a través de herramientas compartidas y con modos de hacer cada vez más emparentados”¹⁸

Algunas obras sonoras creadas gracias a la tecnología permiten mayor grado de interacción con el público, llegando incluso a entregarse su completo control a éste. Cabe mencionar propuestas que van de la escultura a la instalación sonora, pasando por el net-art sonoro. Este último utiliza la red de Internet como soporte, sin la que la obra dejaría de existir. “Se construye como un artificio tecnológico de circulación que se convierte en ontología y cuerpo virtual de la obra, (...) que está no sólo digitalizado sino además diseminado en una topología de circulación virtual. Parafrasea los recorridos y es el recorrido mismo.”¹⁹

Andrés Blasco realiza composiciones experimentales mezclando instrumentos clásicos, instrumentos inventados y *samplers*. Sus propios instrumentos son una especie de esculturas sonoras para ser experimentadas por el público no sólo por los oídos. Como esculturas sonoras interactivas podemos mencionar “El Aquófono”, de Patxi Valera, y L.A.R. Legido (que genera sonidos afinados gracias al goteo o borboteo de agua), o el “Aquaticófon”, del ingeniero Guillermo Fernández. Un instrumento electrónico multiusuario muy interesante para la creación musical es el invento de Sergi Jordá “ReacTable” (que estimula el oído, la vista y el tacto) gracias al desplazamiento de unas piezas sobre una mesa especial, donde el sonido se traduce en luz. Utiliza conceptos de síntesis modular, toma de muestras, procesamiento avanzado de efectos digitales, en posible

interacción con el ordenador, con tecnología multitouch y una interfaz tangible.²⁰

Jaime del Val es un artista multidisciplinar, que en algunas de sus performances utiliza aparatos electrónicos, videoarte, etc. Su trabajo se centra en el estudio del arte, el cuerpo y las nuevas tecnologías.²¹

Una herramienta que ha trascendido ampliamente para la creación en el arte interactivo, especialmente en el ámbito de la instalación sonora es Arduino, una plataforma de hardware libre, basada en una placa con un micro-controlador y un entorno de desarrollo, diseñada para facilitar el uso de la electrónica en proyectos multidisciplinarios. Es económico y relativamente sencillo y aunque requiere de conocimientos de programación. Se emplea en la creación de objetos interactivos autónomos o puede ser conectado al software del ordenador. Es muy utilizado por artistas actualmente.

El alto grado de invención e innovación de este arte sonoro significa que no existe una metodología común en el diseño de sonido. Algunos utilizan softwares disponibles en el mercado como ProTools, Cubase, Logic, etc.; otros emplean altavoces dispersos en la arquitectura del lugar; algunos trabajan exclusivamente dentro de sus propias prácticas de codificación, de modo que la información diseñada está integrada en la programación de los dispositivos de salida del sonido. Pero por encima de las herramientas y la tecnología se encuentran las consideraciones estéticas y conceptuales de las obras sonoras. A modo de ejemplo, en el caso de las instalaciones sonoras de tipo *site-specific* el sonido debe estar hecho a medida para un lugar, como una prenda textil para un cuerpo, es decir, no sólo se consideran las cuestiones tecnológicas, sino las posibilidades de la obra respecto a su contexto y relación con el público, además de su contenido conceptual. Ejemplo de ello es el conjunto de la obra de Max Neuhaus en la que la tecnología ha sido fundamental para conseguir sus propósitos artísticos en el campo de la instalación sonora en el contexto público urbano principalmente.

A pesar del interés que ofrecen las nuevas tecnologías, muchas de las obras creadas con estos sofisticados medios han resultado carentes de interés artístico, ya que el interés de los autores ha

residido más en los mecanismos informáticos de interactividad electrónica que en la teoría estética y conceptual en la que están sustentadas las obras, o en el equilibrio necesario que debe existir entre forma y contenido. Las nuevas formas tecnológicas son herramientas con un potencial para la creación de lenguajes nuevos, sin embargo, nunca debemos dejar de lado nuestro objetivo principal: la comunicación exitosa de un complejo de ideas cuya organización y disposición en el espacio y en el tiempo conformarán la obra de arte intermedia.²²

Notas

1 J. ARIZA, *Las imágenes del sonido: una lectura plurisensorial del siglo XX*. Colección Monografías nº 39, Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla La Mancha, Cuenca, 2003, p.11.

2 R. CHALKHO, “Arte y tecnología.” En R. Chalko (coor.) Cuaderno nº 20 del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, 2006, p. 12.

3 Manuel Rocha Iturbide, compositor, artista sonoro e investigador, realizó su tesis doctoral acerca de la síntesis granular y la Mecánica Cuántica en relación con el sonido, en Francia (1991-96). Es uno de los pioneros y principales promotores de este lenguaje interdisciplinario. Actualmente continúa su labor en su país de origen, Méjico.

4 M. ROCHA, “La instalación sonora”, revista *Ólovo* nº 4 (2003), Consulta en línea en www.uclm.es/artesonoro/Olobo4 (08. 07. 2011).

5 LL. BARBER y M. PALACIOS, *La mosca tras la oreja. De la música experimental al arte sonoro en España*. Ediciones y Publicaciones Autor S.R.L, Madrid, 2009, p. 100.

- 6 M. MOLINA, “El Arte Sonoro”. *ITAMAR* Revista de Investigación Musical: territorios para el Arte (2008), PUB & Rivera Ed., Valencia, p. 227.
- 7 M. MOLINA, ob. cit., p. 234.
- 8 M. CASTELLS, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad red*, ed. Alianza, Madrid, 1997.
- 9 J. LULL, “¿Por qué la Era de la Comunicación?” Consulta en línea en www.jameslull.com/portal.html (21. 09. 2011).
- 10 C. GIANNETTI, “Arte en la Era Electrónica. Perspectivas de una nueva estética”, ACC 'Angelot/Goethe-Institut, Barcelona, 1997. Consulta en línea en www.artmetamedia.net/pdf/2Giannetti_ArteEraElectronica.pdf (17. 10. 2011).
- 11 A. MUNGI, C. ELORZA y I. BILLELABEITIR, *Arte y pensamiento en la Era Tecnológica*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, Guipúzcoa, 2003, pp. 224- 225.
- 12 J. HARO, “La escucha expandida (sonido, tecnología, arte y contexto)”, Cuaderno n° 20 (2006), Centro de Estudios de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, p. 44.
- 13 R. CHALKHO, ob. cit., p. 10.
- 14 R. CHALKHO, ob. cit., p. 11.
- 15 LL. BARBER y M. PALACIOS, ob. cit., pp. 90- 91.
- 16 J. REYES, “Perpendicularidad entre el arte sonoro y la música”, Cuaderno n° 20 (2006) del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, pp. 59-60.
- 17 R. BANDT, “Sound Installation: Blurring the Boundaries of the Eye, the Ear, Space and Time”, *Contemporary Music Review* Vol. 25, n°. 4 (2006).
- 18 LL. BARBER y M. PALACIOS, ob. cit., p. 93.

- 19 R. CHALKHO, ob. cit., p. 11.
- 20 LL. BARBER y M. PALACIOS, ob. cit., p. 105- 106.
- 21 LL. BARBER y M. PALACIOS, ob. cit., p. 106.
- 22 M. ROCHA, ob. cit., consulta en línea en www.uclm.es/artesonoro/Olobo4 (08. 07. 2011).

Referencias bibliográficas

- M. ANDUEZA, Creación, sonido y ciudad: Un contexto para la instalación sonora en el espacio público. Tesis doctoral presentada en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2011.
- J. ARIZA, Las imágenes del sonido: una lectura plurisensorial del siglo XX, Colección Monografías nº 39. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla La Mancha, Cuenca, 2003.
- R. BANDT, “Sound Installation: Blurring the Boundaries of the Eye, the Ear, Space and Time”, *Contemporary Music Review* Vol. 25, nº. 4 (2006), pp. 353 – 365.
- LL. BARBER, y M. PALACIOS, La mosca tras la oreja. De la música experimental al arte sonoro en España. Ediciones y Publicaciones Autor S.R.L, Madrid, 2009.
- L. CAMPESATO, “A Metamorphosis of the Muses: Referential and contextual aspects in sound art.” *Organised Sound* nº 14- 1 (2009), Cambridge University Press. United Kingdom, pp. 27-37.
- M. CASTELLS, La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad red, ed. Alianza, Madrid, 1997.
- R. CHALKHO, “Arte y tecnología.” En R. Chalko (coord.) Cuaderno nº 20 del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, 2006, pp. 9- 14.

- C. GIANNETTI, “Arte en la Era Electrónica. Perspectivas de una nueva estética”, ACC 'Angelot/Goethe-Institut, Barcelona, 1997. Consulta en línea en www.artmetamedia.net/pdf/2Giannetti_ArteEraElectronica.pdf (17. 10. 2011).
- J. HARO, (2006): “La escucha expandida (sonido, tecnología, arte y contexto).” En R. Chalko (coord.) Cuaderno nº 20 del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, 2006, pp. 41- 48.
- J. LULL, “¿Por qué la Era de la Comunicación?” Consulta en línea en www.jameslull.com/portal.html (21. 09. 2011).
- M. MOLINA, “El Arte Sonoro.” *ITAMAR*, Revista de Investigación Musical: territorios para el Arte, PUB & Rivera Ed. Valencia (2008), pp: 213-234.
- A. MUNGI, C. ELORZA, I. BILLELABEITIR, Arte y pensamiento en la era tecnológica. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, Guipúzcoa, 2003.
- J. REYES, (2006) “Perpendicularidad entre el arte sonoro y la música.” En R. Chalko (coord.) Cuaderno nº 20 del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, 2006, pp. 57- 62.
- M. ROCHA, “La instalación sonora,” Revista *Ólono* nº 4 (2003) Consulta en línea en www.uclm.es/artesonoro/Olono4 (08. 07. 2011).



LA FIGURACIÓN DIGITAL DEL DESEO

SIMÓN ARREBOLA PARRAS

Resumen

Nuestra identidad digital posee un carácter principalmente visual puesto que es el único sentido que nos permite el reconocimiento de otros individuos en el ciberespacio. Los rasgos de esa personalidad tienden a fragmentarse, perdiéndose así la individualidad que nos caracteriza a cada uno y convirtiéndonos en cuerpos anónimos. Analizaremos el estudio de las nuevas visiones sobre el cuerpo humano que se están produciendo en las imágenes de las redes sociales que sirven de estandarte de presentación. Los individuos pretenden ser a la misma vez autor y deseo de un cuerpo que a la vez es protagonista de una imagen que es objeto de dicho anhelo.

Palabras clave: Identidad, deseo, cuerpo, desnudo, fragmento.

1. La identidad digital

CON LA PROLIFERACIÓN de las redes sociales, los individuos que por ellas circulan tienden a configurar una especie de segundo mundo que en ocasiones, poco tiene que ver con el espacio real. El hombre es un ser que se desarrolla como tal dentro de un espacio. Ya lo definió Heidegger en *Construir, Habitar, Pensar*: “ser hombre significa habitar” (1954) ¹.

Para desarrollarse en este mundo ha definir tanto su identidad como acotar el contexto donde va a situarse.

Según la RAE, el término identidad es definido como el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás. El hecho de interiorizar y verificar esos rasgos es lo que nos permite determinar al individuo que tenemos delante. Algunos de esos rasgos son propios de ese individuo y podemos conocerlos a simple vista. Mientras que otros están ocultos y los vamos conociendo con el tiempo.

Al conjunto de rasgos que caracterizan a un individuo o a un colectivo en un medio de transmisión digital se le conoce con el nombre de identidad digital.

Cuando nos comunicamos con alguien y no lo vemos, su voz por ejemplo, nos ayuda a reconocer uno de esos rasgos de esa persona. La identificamos. En internet, a través de la comunicación digital que se establece tampoco vemos a la otra persona, lo que recibimos son bytes de información, traducidos en ceros y unos, que nos llegan a través de texto o de imágenes.

Los rasgos en una personalidad digital de un individuo o un grupo no existen a priori. Son unas características que debemos de definir y son las que van a determinar su identidad y su actuación en la red.

Muchos usuarios no son conscientes de los peligros que entrañan las redes sociales o incluso las utilizan de forma natural de manera que los datos como imágenes, publicaciones, posts, twits, enlaces,... vinculados a los rasgos que conforman una identidad quedan abiertos a unos receptores desconocidos.

Los usuarios pueden clasificarse, como apunta Marc Prensky en *Nativos e inmigrantes digitales*². Este autor define al primer grupo como aquellos jóvenes usuarios que utilizan las redes sociales de forma natural. Las redes son partes de sus vidas, han nacido dentro de la inmersión tecnológica y su lengua materna es el lenguaje de los ordenadores. El segundo grupo, son los nacidos con anterioridad a la era tecnológica, para ellos el uso de la red es como el aprendizaje de una segunda lengua. Los datos que ellos vuelcan en las redes sociales

son colocados con cierta cautela y muestran sólo los rasgos que a ellos les interesa.

Otro autor, Christopher Harris ³, añade una categoría más a las enunciadas por Prensky: Los voyeurs. “Son aquellos que conocen la existencia de la tecnología pero no la utilizan. Viven aún en el mundo analógico” (Harris. C., 2006). A los que añadimos otra tipología más a la clasificación, acuñada por de Fryer ⁴. Nos referimos al *refugiado digital*, que ignora la existencia de la tecnología o se comporta como si no existiese. También se encuentran *los puentes*, que son aquellos que ayudan a pasar de voyeurs a inmigrantes.

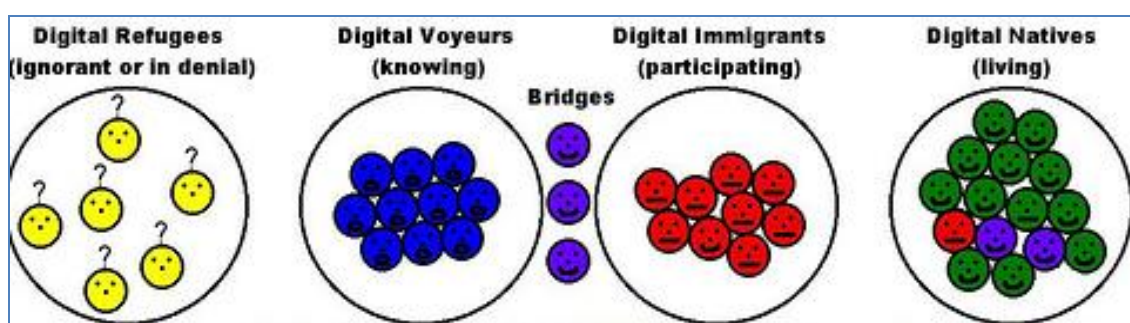


Fig.1 Esquema de los tipos de identidades digitales realizado por Wesley Fryer

Explica Juan Varela, consultor de comunicación, periodista y reconocido blogger en una ponencia ⁵ la existencia de esta tipología de individuos frente a la utilización de la red:

"Las TIC están creando una identidad expandida en la mayoría de sus usuarios. Potencian sus habilidades y los capacitan para estar en contacto con otros con diferentes niveles de relación, intimidad, compromiso, etc. Por eso vemos la creación de nuevos grupos, comunidades y relaciones de contacto o amistad virtual que están creando un nuevo tejido social" (Varela. J., 2009).

3. El cuerpo digital

Gergen ⁶ afirma que “todos nosotros somos metáforas de otros” (1999: 65). Vinculando esta afirmación con nuestra identidad virtual podríamos decir que ésta, se construye a partir la extracción de caracteres de otros individuos. Por lo que el Yo ha sufrido una

redefinición, en la que ahora es una personalidad múltiple y repleta de información.

La identidad digital sirve en cierta forma para complementar o suplir lo que no poseemos como humanos. Una de las formas de completar esas carencias es a través de la tecnología. Esta se encuentra insertada de acuerdo a las necesidades sociales que van surgiendo o que se pretenden que sean imprescindibles.

“Los recursos tecnológicos que poseemos en la actualidad son los precisos para la vida actual, son los que satisfacen las necesidades y exigencias de un medio sociocultural que se ha construido en torno a la tecnología de datos, información, comunicación, globalidad y ruptura de tiempo y espacio. La elevada tecnificación de la vida de los seres humanos actuales se supone que está situada al mismo nivel que la tecnología de nuestros antepasados en el preciso instante en el que esto inventaron la rueda, la máquina de vapor, los transportes y como no el fuego, todas estas tecnologías no son fruto del azar o la casualidad, sino que nacen de una ardua evolución socio técnica” (Rocher G., 1989).⁷

Una de las hibridaciones de este tipo lo encontramos en el *Cybor*. Este término fue acuñado por Manfred E. Clynes y Nathan S. Klyne en 1960, durante la carrera espacial enfrentada entre EE.UU y la Unión Soviética. Ellos se referían a un tipo de criatura compuesta de elementos orgánicos y tecnológicos de tal manera que pudiera sobrevivir en entornos extraterrestres. Es un cuerpo democrático, hipercompuesto sin diferencias corporales, sexuales ni genitales.

El término de *cyborg* ha evolucionado y ahora sobreviven en otra clase de espacio: el *ciberespacio*. El tipo de cuerpo que en él se exhibe, no deja de ser una extensión del cuerpo real. Las imágenes del cuerpo suelen poseer una doble connotación. Por un lado, la sexual por tratarse de desnudos y por otro, mediáticas, puesto que en la actualidad, vivimos en una sociedad de la imagen y de la apariencia.

3. El nuevo desnudo

La percepción del desnudo está cambiando hacia una visión obscena de lo real junto con una evolución del deseo y del cuerpo como objeto de este deseo.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación nos ofrecen un nuevo tipo de cuerpo que descompone su carnalidad y se recompone a través de bytes. El tipo de sexualidad y el deseo que vierten estos cuerpos posthumanos se caracteriza por su limpieza y su microfobia.

El deseo que puede despertar el erotismo y sexualidad de una imagen fragmentada en una pantalla están lejos del cuerpo y la sexualidad real. Por lo que el concepto de desnudo está cambiando. Foucault se refiere al cuerpo como “[...] una unidad artificial de elementos anatómicos, funciones biológicas, conductas, sensaciones, placeres, lo cual permite el funcionamiento como principio casual de esa misma unidad ficticia” (Foucault, 1992: 187) ⁸.

El cuerpo es de los rasgos más significativos que distingue al sujeto sexual y genérico y es el que da conformación a su identidad sexual y de género. El valor que se le ha dado a lo largo de la historia ha conformado la imagen e idea que tenemos de nosotros mismos, así como la forma de representarlo artísticamente.

El platonismo y el cristianismo lo relegaron a un plano secundario, dando prioridad al alma o mundo de las ideas y por ser el vehículo del pecado. Es la parte donde se manifiesta nuestra naturaleza humana y no la divina. Con el trascurso de los siglos el cuerpo se ha ido desfragmentando e incluso desmembrado hasta los lugares más recónditos. De ahí, que por ejemplo, durante el Renacimiento, muchos artistas como Leonardo o Miguel Ángel analizaran cadáveres para conocer el funcionamiento de esa máquina prodigiosa.

La democratización de softwares de manipulación de imágenes digitales y la accesibilidad a la tecnología visual ha influido considerablemente en la aparición de una nueva percepción de la fragmentación del cuerpo.

Uno de los contextos donde podemos visualizar esta nueva dimensión del cuerpo son las redes sociales. De hecho, el diseño de

estos espacios remite a ciertas nociones de sexualidad. Figueroa ⁹ lo afirma de esta manera:

“Se ha reconocido la comunidad entre los ingenieros y los/as trabajadores/as sexuales y los/las empresarios sexuales: todos son expertos en diseñar tokens ¹⁰ que son fácilmente reconocidos como objetos de deseo. El componente erótico está definitivamente presente en los debates en torno a estos sistemas” (Figueroa, 2002).

Las imágenes que aparecen en los displays ¹¹ pueden ser de diferente naturaleza. Se podría decir que dicha imagen depende del público al que va dirigido. Son muchos los que han puesto la voz de alarma con respecto al tipo de contenido vertido en la red y la efectividad de los filtros creados por estas redes como facebook, twitter o tuenti, entre otras. A pesar de que muchos no sienten pudor o temor a perder su intimidad y que su identidad quede expuesta y en cierta forma, vulnerada, hay muchos que tienden a la creación de una identidad digital calculada que muestra rasgos fragmentados y determinados de su cuerpo o bien se apropian o manipulan imágenes de las que circulan libremente por la red.

4. El deseo y el objeto cibernético del deseo

Podríamos analizar desde una doble óptica las imágenes del cuerpo que circulan por la red. Desde la perspectiva de la imagen deseable y desde el punto de vista del cuerpo deseante.

Para hablar de estas dos caras de la misma moneda del cuerpo desnudo, nos referiremos al relato de Apuleyo en el Asno de oro, sobre la fábula de Eros y Psiqué.

La primera de las cualidades del Deseo es la *invisibilidad*. En esta historia, Eros enamora a Psiqué, pero sin ser visto. Lo que viene a decir cómo el deseo cautiva nuestro interior bajo la condición de no ser reconocible.

La segunda de las características es la *insuficiencia*. Originando un desarrollo de la inteligencia. La seducción permite obtener lo que no se tiene.

George Bataille, un antropólogo y filósofo francés, posee varios escritos acerca del erotismo. El argumento del hombre incompleto será protagonista de una de sus obras principales *El erotismo* (1957) lo declara así: “lo que está siempre en cuestión es sustituir el aislamiento del ser, su discontinuidad por un sentimiento de continuidad profunda” (1957: 29). El deseo viene a trasgredir la conciencia del ser humano incompleto para conseguir la unión placentera.

Y como tercera característica, está su *ambigüedad y posicionamiento intermedio* entre la imagen que produce erotismo y el cuerpo erotizado. Como mediadora del sujeto que se exhibe y del que mira, tenemos la tentación. Su raíz etimológica es el latín: *temptare* y se traduce como *palpar*, pero con unas connotaciones que llegan a confundirnos con *tentare*, que es *agitar, mover*. Que a su vez procede de *tendere: tensar*. Por lo que podríamos llegar a decir que la persona que está tentada sufre en su cuerpo la pasión introducida por el deseo.

En cierta forma, una imagen erotizante genera un distanciamiento. Barthes en su *Fragmento de un discurso amoroso* definió las imágenes como lo que nos excluye, a la vez que se muestran ante nosotros y nos mantienen conectados a ellas en su deseo de posesión:

“La imagen se destaca; es pura y limpia como una letra [...] Precisa, completa, acabada, definitiva, no me deja ningún lugar: soy excluido de ella como de la escena original, que no existe quizás sino por lo mismo que el contorno de la cerradura la destaca. He aquí, pues, la definición de la imagen, de toda imagen: la imagen es aquello de lo que estoy excluido”. Barthe, R. (1993: 112)¹²

El usuario hace de voyeur de ese fragmento. Se deja seducir por el relato que monta en su imaginación alrededor de la imagen.

Las imágenes de figuras desnudas que visualizamos en los displays y redes sociales poseen un reclamo hacia el deseo. Ese anhelo de posesión es el que imagina una serie de historias en las que se consigue el objeto del deseo. Ya lo decía Sócrates en su discurso del Banquete de Platón: “—el que ama las cosas bellas, ¿Qué desea?— Que lleguen a ser suyas, dije yo” (2004: 134)¹³.

El tiempo de prolongación de la escena y la narración que construimos alrededor van a ser unos factores fundamentales puesto que sin ellos, la imagen como fragmento de una figura desnuda queda relegada a una instantánea ininteligible y pornográficamente obscena.

En este tipo de imágenes, el tiempo de la representación de una posible historia, queda eliminado. Porque el interés subyacente está más próximo a una estrategia pornográfica al querer verlo todo desde todos los puntos de vista y sin interrupción.

La mirada pornográfica de estas imágenes rompe la distancia de separación porque el acceso a la imagen erotizante entra en juego a través de tres dispositivos de posesión del cuerpo.

4. 1. El tipo de mirada es fragmentaria

Es un punto de vista detallista de la anatomía y la genitalidad humana. Renunciando al cuerpo íntegro. Esta mirada también se caracteriza por su inmediatez porque el ojo lo que hace más que contemplar, es observar como si fuera el de un ginecólogo o un científico. Es como si acercásemos nuestro ojo a la ranura de una puerta y nos topásemos con el sexo de un cuerpo. Un tipo de mirada que nos puede recordar a una de las piezas fundamentales de la mirada pornográfica: *El origen del mundo* de G. Courbet porque existe una ausencia total de puesta en escena.



Figura 2. G. Courbet: *El origen del mundo*. Orsay, París, 1866

4.2. El cuerpo de identidad compartida



Figura 3. Imagen tomada de una red social en la que se aprecian retoques realizados

Muchas de las identidades digitales que aparecen en las redes sociales tratan de completar las carencias como humanos. Las personas/figuras que aparecen en ellas, suelen ser los autores de ellas mismas que utilizan unos cuerpos-disfraz, sin personalidad alguna y que no se refieren a ningún individuo concreto. Meta-identidades que se autoabastecen perversamente de las imágenes de perfiles humanos que circulan libremente por la red.

Muchos de estos cuerpos son recompuestos a través de la sustracción o adhesión por medio de la utilización de softwares de tratamiento de imágenes.

4.3. Los cuerpos se encuentran *decapitados*

El rostro es suplantado por cuerpo. Pasa de la subjetividad de los rasgos que nos caracterizan a las zonas genitales y morfológicas más anónimas. Es otra forma de dejar de expresar nuestra individualidad humana en pos de una identidad genitalizada.



Figura 4. Imagen tomada de un perfil de una red social en la que se aprecia la *decapitación* del cuerpo. En este caso por el flash de la cámara.

5. Conclusiones

A modo de conclusión, decir que esta nueva de concebir el cuerpo como un objeto del deseo anónimo recupera de manera perversa y en ocasiones irónica, la idea de belleza ideal del mundo clásico, donde se procedía a lograr tal objetivo a través de la disección de las partes más bellas de los modelos que se tomaban como referentes. Lo que da lugar en estas redes sociales a unos cuerpos democráticos en su libre acceso y apropiación.

El distanciamiento y el deseo lo produce la fragmentación con que vemos esos cuerpos, llegando a una óptica pornográfica por la manera de estar representado. Se produce una visión hiperreal del cuerpo y de su genitalidad.

Los cuerpos se estandarizan y se adueñan de lo que no poseen. Es una evolución del concepto de *cyborg* gracias a softwares como Adobe Photoshop. Donde ya no es una figura híbrida de humano y máquina. Si no, una vuelta de tuerca conceptual más, porque ahora es la visión fragmentada y parcial de una máquina la que nos llega del cuerpo humano y la que nos sirve de carta de presentación en el ciberespacio.

Notas

1. HEIDEGGER, M. (1954): Conferencia *Construir, habitar, pensar*.
2. PRENSKY, MARCK: “*Digital Natives, Digital Immigrants*”, Horizon MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
3. PRENSKY; MARCK: “The emerging online life of the digital native” [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-The Emerging Online Life of the Digital Native-03.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-The%20Emerging%20Online%20Life%20of%20the%20Digital%20Native-03.pdf)
4. FRYER, WESLEY: “Digital refugees and bridges” en <http://www.infinitethinkingmachine.org/2006/10/digital-refugees-and-bridges.html>, 20 de octubre, 2006; y “Beyond the digital native / immigrant dichotomy” en <http://www.speedofcreativity.org/2006/10/21/beyond-the-digital-native-immigrant-dichotomy/>, 21 de octubre 2006
5. VARELA, J.: “¿Las personas debemos tener identidad digital? Cómo construirla” en: <http://www.slideshare.net/jfreire/identidad-digital>
6. GERGEN, K.J (1991/2000): *The Saturated self. Dilemmas of identity in contemporary life*. New York: Basic Books.
7. ROCHER G., (1989): *Introducción a la Sociología General*, Editorial Herder, Barcelona.
8. FOUCAULT, M. (1984). *Historia de la sexualidad*. Vol. I. *La Voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.
9. FIGUEROA, H. J. Seteven, M. (2002): *The cyborg handbook*. New York: Routledge.
10. Un token es una serie de bits que hacen de tickets permitiendo a los usuarios enviar mensajes por la red. Existe un token por red, por lo que es imposible que dos equipos puedan mandar un mensaje al mismo tiempo.

11. Un display es una imagen o animación que se encuentra enmarcado en una ventana y sirve que permite mostrar información al usuario de manera visual.
12. BARTHES, R. (1993): *Fragments de un discurso amoroso*. Madrid: Siglo XXI.
13. PLATÓN (2004): *El banquete*. Madrid: Alianza.

Bibliografía

BARTHES, R. (1993): *Fragments de un discurso amoroso*. Madrid: Siglo XXI.

FIGUEROA, H. J. Seteven, M. (2002): *The cyborg handbook*. New York: Routledge.

FOUCAULT, M. (1984). *Historia de la sexualidad*. Vol I. *La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.

GERGEN, K.J (1991/2000): *The Saturated self. Dilemmas of identity in contemporary life*. New York: Basic Books.

PLATÓN (2004): *El banquete*. Madrid: Alianza.

FRYER, WESLEY: “Digital refugees and bridges” en <http://www.infinitethinkingmachine.org/2006/10/digital-refugees-and-bridges.html>, 20 de octubre, 2006; y “Beyond the digital native / immigrant dichotomy” en <http://www.speedofcreativity.org/2006/10/21/beyond-the-digital-native-immigrant-dichotomy/>, 21 de octubre 2006

Documentos digitales

PRENSKY, MARCK: “*Digital Natives, Digital Immigrants*”, Horizon MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (consultado el 5 de diciembre de 2011)

ROCHER G., (1989): *Introducción a la Sociología General*, Editorial Herder, Barcelona (consultado el 5 de diciembre de 2011)

VARELA, J.: “¿Las personas debemos tener identidad digital? Cómo construirla” en: <http://www.slideshare.net/jfreire/identidad-digital> (consultado el 24 de noviembre de 2011)
<http://www.iniciativasocial.net/?p=268> (consultado el 24 de noviembre de 2011)
<http://www.red.es/reportajes/articulos/id/3545/forja-una-identidad-digital-.html> (consultado el 24 de noviembre de 2011)
<http://www.slideshare.net/justicia/15a-sessi-web-las-personas-debemos-tener-identidad-digital-cmo-construirla?src=embed> (consultado el 3 de diciembre de 2011)

Los autores

Antonio Bautista Durán: Director del Departamento de Dibujo y profesor de la Facultad de Bellas Artes de Santa Isabel de Hungría, Universidad de Sevilla.

Lino García Morales Profesor del Departamento de Ingeniería Audiovisual y Comunicaciones (DIAC) de la Universidad Politécnica de Madrid y coordinador del Magister en Conservación y Restauración de Arte Contemporáneo de la Universidad Complutense de Madrid y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Aida M^a de Vicente Domínguez Doctora por la Universidad de Granada (Facultad de Comunicación y Documentación). Miembro del grupo de investigación Estudios sobre Comunicación y Sociedad de la Información de la Universidad de Málaga.

Carmen de la Torre Lucena Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Granada. Máster en Historia del Arte: Conocimiento y tutela del Patrimonio Histórico por la misma universidad. Doctoranda de la Universidad de Granada.

Ruth García Martín Licenciada en Bellas Artes por la Facultad de Bellas Artes de Cuenca. DEA por la Universidad de Castilla-La Mancha. Investigadora del Grupo de Investigación Cultura visual y políticas de identidad: Estudios de género, postcoloniales, prácticas artísticas y sociedad de la información (VISU@LS)

José L. Crespo Fajardo Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Sevilla. Director de *Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. Profesor en el Departamento de Dibujo de la Facultad de Bellas Artes de Sevilla.

Mari Carmen Estevan Estevan Licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Castilla-La Mancha, Facultad de Bellas Artes de Cuenca, tras cursar la Carrera Superior en Digital Media en Trazos School of Arts, Madrid.

María Antonia Blanco Arroyo Licenciada en Bellas Artes con la especialidad de Pintura por la Universidad de Sevilla. Doctoranda en Bellas Artes en la misma universidad. Miembro del grupo de investigación Pintura y Nuevas Tecnologías, de la US.

Gloria Rico Clavellino Licenciada en Bellas Artes y Diplomada en Fisioterapia. Ha realizado el Máster “*Arte: Idea y producción*” de la Universidad de Sevilla. Pertenece al grupo de Investigación Creatividad, Arte y Salud, de la US. Ha sido profesora de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva.

Simón Arrebola Parras Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Sevilla. Egresado en el Máster Oficial Universitario “*Arte: Idea y producción*”. Como artista visual ha realizado numerosas exposiciones y obtenido premios en certámenes artísticos. Su obra está presente en importantes colecciones nacionales.