

ALGUNOS MITOS DEL FINAL DEL MILENIO

Contra la trivialización de la tecnocultura¹

Claudia Giannetti

El empleo del concepto de redundancia en el arte y la estética no es nuevo en absoluto. Basta recordar las teorías de la percepción estética de los años cincuenta para darse cuenta de que la idea según la cual puede haber un desgaste de la cualidad estética producido por su banalización ya estaba bastante desarrollada en la época. Max Bense afirmaba que la información es función de la improbabilidad del mensaje recibido, y tal información es directamente proporcional a la imprevisión, y por lo tanto, a la excitación y a la entropía. Dicho con otras palabras, la redundancia puede aumentar la inteligibilidad del mensaje, pero disminuye su interés estético.

Está claro que esta hipótesis se vincula de manera casi directa al concepto de "novedad", que tampoco es un hallazgo de hoy. A lo largo del siglo XX, lo "nuevo" ha sido condición preceptiva de "modernidad" y de contemporaneidad, y su uso y abuso desmedidos han provocado una neutralización de su significado. A la pregunta ¿qué es lo nuevo? no sabríamos qué contestar, o a lo mejor responderíamos con otra pregunta: en la etapa postmoderna, ¿existe lo nuevo? Si coincidimos con Fernando Pessoa, que resumió de manera extraordinaria y breve el espíritu del arte postmoderno afirmando que "es una copia sin original", entonces la respuesta sólo puede ser negativa.

Desde esta perspectiva, deberíamos respaldar la teoría de la redundancia. De hecho, la sensación de *déjà-vu* que constantemente nos acompaña es una consecuencia de la banalización y masificación a las que, en

¹ Publicado en el catálogo de la Mostra d'Arts Electròniques 1998, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Centre d'Art Santa Monica, Barcelona, octubre de 1998. (Premio Espai de la Crítica, 1999)

la era de la información, prácticamente todas las cosas, nuestra cultura y nuestro entorno están expuestos.

Entremos en materia. El título de este texto no apunta a un estudio mitográfico, ni mucho menos se inclina a la mitofobia. Simplemente pretende abrir un pequeño espacio para la reflexión crítica sobre el fenómeno de la progresiva simbiosis entre las tecnologías y el arte, y sobre algunos de los mitos que se están generando a partir de este proceso. Se trata de intentar encontrar un equilibrio entre la euforia y el pesimismo tecnocultural.

Entre los innumerables conceptos con los que se especula actualmente en el contexto de la cultura digital, pretendo centrarme en cuatro nociones que se han extendido de forma sorprendente en el mundo del arte: ciberespacio, interactividad, hipertextualidad y muerte del autor.

Después de que el matemático Alan Turing publicara su ensayo "Computing Machinery and Intelligence" (1950), en el que formulaba la básica pregunta "¿puede pensar una máquina?", hubo un verdadero alud de publicaciones que especulaban, analizaban y se movían en torno a esta cuestión. Tan sólo en los tres años posteriores a 1950 se publicaron más de mil artículos sobre las cuestiones de la inteligencia y la comunicación con y entre las máquinas. Algo semejante ocurrió con la noción de ciberespacio. Desde que William Gibson propuso en su libro *Neuromante* (1984) la existencia de un complejo escenario "detrás" de la pantalla, en el que podían actuar simultáneamente billones de "operadores" de cualquier parte del mundo, y que se basaba en una infraestructura global de comunicación y de procesamiento de datos (la "matriz"), el acopio de textos que se publicó sobre ciberespacio ha sido algo realmente inusitado.

En su gran mayoría, estos textos siguen la devota concepción de John Perry Barlow, que se apropió del concepto de ciberespacio y le dio un significado específico de "otro" mundo artificial que permite una nueva forma de intercomunicación, libre y global, mediante el sistema telemático. En poco tiempo el ciberespacio se transformó en sinónimo de libertad y atrajo, de manera especialmente insólita, a los más distintos grupos ideológicos y de aficionados: desde los *high-tech-hippies*, los *computer-freaks* y los activistas contraculturales hasta los e-demócratas (*electronic-democrat*), los info-

capitalistas, los neoliberales, etc. Así el ciberespacio consiguió, quizá por primera vez, la extraña alianza entre los partidarios del ciberanarquismo y los del ciberliberalismo en lo concerniente a la necesidad de democratización de la red, en contra del intervencionismo. No es necesario ponderar mucho para percibir que hay algo extremadamente esquizofrénico e incongruente en esta coincidencia.

Que la difusión de la imagen romántica de una cibersociedad universalista y global atiende a los intereses neoliberales, es un hecho flagrante. Desde esta perspectiva, el mito de que se crea de un espacio democrático en que <todos tienen acceso a todo> puede ser equiparado a la visión del mundo como un supermercado global. No obstante, es más difícil comprender la ingenua creencia de los activistas y ciberhippies en un <access for all> sin control. La "Declaración de Independencia del Ciberespacio" de Barlow no suena menos demagógica que, por ejemplo, el conocido grito de "¡independencia o muerte!" del regente de Brasil, D. Pedro I, en 1822. Que el señor emperador no pensaba en una cosa ni en la otra es tan evidente como lo es la proclama puramente retórica de los habitantes de la ciberpatria a los "gobiernos del mundo industrializado, los cansados gigantes de carne y sangre", representantes de "una época pasada", para que les "dejen en paz". "Donde nosotros nos reunimos, vosotros ya no tenéis poder", afirma ingenuamente Barlow.

Los netactivistas ven en Internet un "nuevo" medio que permite a las minorías participar activamente e incluso "tener influencia en el proceso social". Su enorme importancia radicaría en la difusión de "la información a todos los extractos sociales. La red supera todas las fronteras físicas y crea nuevas posibilidades también en el sur", afirma confiada Eveline Lubbers, juntamente con muchos otros. No queremos ser demasiado escépticos, pero, si sabemos que los usuarios de la red son en su gran mayoría blancos y de una determinada clase social de occidente, ¿de qué tipo de "información" se está hablando...? Es como si una estructura tecnológica pudiese interceder de forma complaciente en el programa de emancipación social.

Pese a que ésta sea una postura "alternativa" integradora, se crea el mito idéntico del ciberespacio como un "lugar" democráticamente poblado, en

el que la cultura y el arte pueden, por fin, desarrollarse libremente. En realidad, éstos entran a formar parte (minoritaria, es evidente) de una amplia red dedicada al entretenimiento más trivial, desde el cibersexo o el teleshopping hasta las ciberguerras simuladas, que transforman este campo en un supermercado cultural, en *business-culture*.

Tendríamos que ser completamente incautos para no percatarnos de que, en el contexto de la sociedad de la información, los medios forman parte de las estructuras de poder y, por consiguiente, de la retórica dominante. Geert Lovink tenía razón cuando afirmaba que el capitalismo jamás permitirá un ciberespacio "no-civilizado" a su manera. El mito de la técnica entendida como un ámbito que disfruta de autonomía, de un poder casi natural e inmanente, es una forma de encubrir su condición de subordinada directa de un programa político de dominio sin fronteras y, por lo tanto, una forma de mitigar el determinismo tecnológico. ¡Como si no estuviéramos hartos de ser alertados sobre los orígenes militares de esta cibertecnología!

Convendría tener siempre presente esta constatación a la hora de interpretar y juzgar las afirmaciones aventuradas de la ensayística teórica sobre el ciberespacio, que tienden a considerarlo como último reducto de salvación para la humanidad, su cultura y su arte, en la medida en que es su tecnología la que "nos permite transformar nuestro yo, transferir nuestros pensamientos y trascender las limitaciones de nuestros cuerpos" (1). Efectismo y fetichismo parecen haberse transformado en el menú de cada día de la retórica del ciberarte. Un arte que promete nada menos que lograr un ilusionado "Renacimiento clásico/constructivo a medida que contribuye al desarrollo de la interfaz cerebral y de una red global enteramente interactiva" (Paul Brown). Coincidimos con Siegfried Schmidt en la advertencia de que "la experiencia nos demuestra que un nuevo instrumento no lleva automáticamente a una nueva creatividad o a las energías y fantasías adecuadas para aprovecharlo." ¿Tendría entonces razón Oswald Wiener al afirmar que "en todas sus aplicaciones hasta ahora conocidas, el ordenador no cambia nada en la naturaleza de la comprensión ni de la creatividad humanas"? (2)

Gran parte de esta misma ciberensayística apunta como elemento determinante del Arte Electrónico a la interactividad. Otro mito surge así en torno a la posibilidad de participación activa del espectador —transformado en usuario— en la obra de arte. La interactividad pasa a ser signo no sólo de contemporaneidad de la obra, sino incluso de su cualidad. Aunque se evite hoy en día el empleo del concepto "progreso" (por los motivos postmodernos que ya conocemos), es como si el arte interactivo significase un paso evolutivo en el contexto de la historia del arte. Según la actual convicción, el simple hecho de establecer un diálogo o interconexión en tiempo real mediante el uso de un medio de telecomunicación es considerado una interacción... ¡Entonces, el teléfono debería ser estimado como el primer "medio interactivo"!

A partir del pretexto de que la interactividad tanto online como offline abre "nuevos mundos" al usuario, el cual puede dar a éstos su aportación creativa, se despliega una ola especulativa en torno a una presunta mayor complejidad del arte interactivo. Pero, ¿puede ser la técnica empleada "el" parámetro fiable para medir la menor o mayor complejidad de las obras? Nos bastaría con recordar algunas obras (de Velázquez y Goya hasta Yves Klein o Francis Bacon) para constatar que se trata de una visión especialmente arbitraria.

Arte participativo y arte interactivo empiezan a ser, para la crítica y el público en general, prácticamente idénticos. Las obras sensoriales de Lygia Clark acabaron transformándose, por un efecto de márketing periodístico, en ¡obras interactivas! La moda de la interactividad ha transformado incluso la simple acción de clicar en modelo de interacción, y el acto —carente de pretensiones— de "zapear" por Internet en "arte" de navegación, algo que en realidad, al contrario de la prometida interactividad, está cultivando parásitos colgados de la red.

Si nos remontamos a la idea original de *feedback*, idea que estaba en la base del primer arte cibernético, entendemos de inmediato la posible diferencia entre sistemas que podemos definir como participativos y sistemas realmente interactivos. Según la cibernética de Norbert Wiener, un bucle de retroalimentación es una disposición circular de elementos conectados, en la que una causa inicial determinada se propaga por los niveles sucesivos del

bucle, de forma que cada elemento tiene un efecto sobre el siguiente, hasta que el último retroalimenta el efecto sobre el primer nivel en que tuvo inicio el proceso. Por lo tanto, el *feedback* sirve como un sistema de control inherente a la máquina, que permite el retorno de la información a su punto de origen a través del desarrollo de un proceso. Por el contrario, el sistema interactivo se presenta como intercambio real de información entre sistemas distintos, como el humano y el digital, es decir, la posibilidad de que un elemento externo a la máquina entre a formar parte del proceso mediante la introducción de información, y pueda generar nueva información no contenida en el programa.

Otro golpe de marketing consiste en la promoción de todo CD-ROM o de cualquier hipertexto en la red como "obras interactivas". El mero hecho de que el usuario pueda elegir los *links* o enlaces ofrecidos por el texto o la imagen es celebrado como interacción, y esto parece determinar favorablemente la cualidad de la obra. En la obra hipertextual, como constata Uwe Wirth, "importa menos el estilo de la escritura que el estilo de la lectura" o el modo de "funcionamiento de la máquina en el contexto de las múltiples conexiones que realiza el lector entre los diversos niveles textuales y enlaces." (3) Flusser, sin hablar concretamente de interacción, formula una hipótesis interesante; él entiende el hipertexto como posibilidad de generar una **lectura** individualizada, seleccionada activamente y, por lo tanto, definida por el lector. Bernd Wingert, no obstante, llama la atención acerca de un matiz importante: la idea central del tipo de organización del hipertexto es la de *network*; si el *network* se utiliza para la conformación del **contenido**, podría hablarse de hipertexto "fuerte"; las obras que no lo hacen serían hipertextos "débiles".

Las ventajas de un archivo digital en soporte CD-ROM son innegables, pero no se puede olvidar que el posible valor estético de una obra producida para este soporte no se limita a la efectividad de la definición no-lineal de la navegación. De la misma manera, la red telemática ofrece el acceso, como muchos autores ya han señalado, a algo parecido a la "biblioteca de Babel" de Jorge Luis Borges, con un universo casi infinito de información sin punto central. La existencia de una inconmensurable cantidad de bits de información significa también un aumento equivalente respecto a la dificultad de selección, y por lo tanto, un obstáculo para el acceso a un determinado contenido. Basta con observar la obsesión actual por el desarrollo de *knowbots* y agentes

inteligentes que asuman la función de buscadores para darse cuenta del alcance de este problema.

No obstante, no satisfecha con los "nuevos mundos" del ciberespacio y con la ilimitada interactividad, la cultura de la persuasión acaba otorgando al usuario de los hipermedia el status de co-autor e incluso, a veces, de autor de la obra. Aquí tropezamos con el tercer mito: la desaparición de la figura del autor en la era digital. El efecto de seducción no deja de ser un estímulo: como magia, el autor "desaparece" detrás de la acción del usuario, que es proclamado "(co)creador" de la obra. Pero si estamos hablando de la insinuada desaparición de la autoría, ¿por qué, entonces, insistir en transformar al espectador en artista? Que una posible co-autoría —artista y público— pueda darse en algunos raros proyectos es igualmente incuestionable. Pero también es verdad que la gran mayoría de las llamadas "obras interactivas" únicamente sitúan al usuario dentro de un marco prefijado, en el cual su mera acción se limita a clicar los enlaces o activar los sensores que se le ofrecen. Considerar esta acción como "acto de creación"... es, de hecho, un hallazgo efectista —y hoy por hoy lamentablemente efectivo— propio de la industria del entretenimiento. Se trata de un ejemplo más de la trivialización propagada por los gurús de la cultura digital.

El arte electrónico es lo suficientemente prolífico y significativo como para someterse a las estrategias mercantilistas de la industria multimedia. Asimismo, no necesita valerse de una estética redundante para conseguir una mayor difusión o un público masivo. Los "diseñadores" de la política cultural actual deberían ser conscientes del riesgo que se corre al estimar el éxito o la calidad de una exposición, un festival, una obra, etc. únicamente en función de valores cuantitativos de público. Que las modas —y las "nuevas" tecnologías son hoy en día una moda— venden, ya lo sabemos. Pero no por eso debemos, desde la cultura, respaldar el determinismo tecnológico y la hegemonía mediática.

En algún artículo precedente, yo citaba la irónica objeción de Stuart Dreyfus a las promesas fabulosas de los profetas de la informática: creer que los desarrollos hasta ahora alcanzados son pasos significativos es como creer que alguien que está subiendo a un árbol progresa para alcanzar la luna. Me

parece oportuno volver a insistir en la metáfora: creer que el hecho de agotar las prestaciones de las herramientas digitales es significativo para el arte es como creer que alguien que aprende a manipular las máquinas está a punto de lograr la creación estética.

© claudia giannetti 1999.

Notas

1. Roy Ascott, "La arquitectura de la cibercepción", in: Giannetti, Claudia (ed.). *Ars Telematica. Telecomunicación, Internet y Ciberespacio*. Barcelona, L'Angelot, 1998, p. 96.
2. Siegfried Schmidt, "¿Ciber como oikos? O: Juegos serios", in: Giannetti, Claudia (ed.). *Ars Telematica. Telecomunicación, Internet y Ciberespacio*. op. cit., p.112.
3. Uwe Wirth, "Literatura en Internet. O: ¿A quién le importa quién lea?", in: Giannetti, Claudia (ed.). *Ars Telematica. Telecomunicación, Internet y Ciberespacio*. op. cit., p. 60.