



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
POSGRADO EN ARTES VISUALES

LAS GALERÍAS DIGITALES Y LA OBRA DE ARTE
UNA PROPUESTA TEÓRICA SOBRE LAS IMAGENES Y SU DIFUSION
MEDIANTE LAS GALERIAS DIGITALES DE ARTE

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ARTES VISUALES

PRESENTA :
DANIEL HERRERA CASTILLO

DIRECTORDE TESIS:
DRA. LAURA CASTAÑEDA GARCÍA

MÉXICO D.F., JULIO 2010





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

CAPÍTULO 1

Antecedentes: la imagen

La imagen	13
imagen particular e imagen oficial	18
La interpretación de la imagen	21
La imagen, cultura y tecnología	22
La fotografía, un cambio en la realidad	26
La imagen y los medios digitales	30

CAPÍTULO 2

La experiencia estética y la imagen

La experiencia estética	37
La experiencia estética desde la subjetividad	47
La experiencia estética contemporánea	50
La experiencia estética y la metáfora	52
La interpretación (hollom)	64

CAPÍTULO 3

Las galerías digitales y la experiencia estética

Coleccionismo y museos	71
Introducción a la teoría del museo	74
La obra y el espectador	75
La obra y los museos	79
Principios museológicos	81
Del museo a la galería digital	88
Las galerías digitales	90

CAPÍTULO 4

La interfaz digital

Tipos de gráficos digitales	95
Internet	99
La interfaz	102
Concepciones de la interfaz	103
Tipos de metáforas en la generación de interfaces	105
Metáfora conversacional	106

Metáfora instrumental	108
Metáfora osmótica	109
Metáfora espacial	111
Las metáforas en el contexto actual	111

CAPÍTULO 5

La galerías digitales de arte

Transparencia de la interfaz en una galería digital de arte	115
Las galerías digitales de arte	116
La internet y las galerías digitales de arte	123
Imagen publicitaria y la imagen de arte, un equilibrio de fuerzas	125
La afectación en el sentido de originalidad y unicidad	128
La galería de arte digital en acción	130
Ejemplos adicionales	134

CONCLUSIONES	139
--------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	143
--------------	-----

Agradecimientos

A mis padres, hermanos y familiares, por su amor y apoyo.

A la UNAM, que me abrió las puertas de un mundo fascinante, el del conocimiento, y que hizo de mi una mejor persona.

A mi directora de tesis Laura Castañeda, por su apoyo y guía. A mis sinodales por sus aportes.

A Marie-Elizabeth Desourdy por su amor y apoyo.

A todos mis amigos (as) con quienes compartí momentos muy gratos y que me hacen sentir profundamente orgulloso por su amistad. Gracias a los ENAPOS y en particular a Cristóbal Henestrosa Matus que, al igual que con mi tesis de licenciatura, corrigió pacientemente el estilo de esta.

A todos GRACIAS.

Planteamiento del tema

El análisis teórico de las galerías digitales en el contexto actual de los medios digitales de comunicación y su uso en la difusión de la obra de arte, cimentado en su carácter metafórico que permitiría su integración con la metáfora central de la que se compone la obra de arte misma.

Objetivos

Revisión de las concepciones teóricas entorno al arte, la imagen y la galería digital de arte.

Análisis de los elementos teóricos de una galería digital.

Generar una base teórica para la difusión de la obra gráfica personal y de otros artistas en Internet mediante el uso de las galerías digitales.

Generar el sustento teórico que fundamente la integración de la galería digital con la obra de arte.

Analizar el concepto de la transparencia de la interfaz en el contexto de las galerías digitales de arte.

Hipótesis

Si tanto la concepción de la obra de arte como de la interfaz de la galería digital están sujetas a una concepción metafórica, es entonces que galería y obra se pueden integrar e intersustentar.

Entonces es partir de esta integración que la galería digital de arte puede catalizar la recreación de la experiencia estética.

CAPÍTULO 1

Antecedentes: la imagen

La imagen

Al hablar de galerías digitales, el tema principal de esta tesis, es necesario tocar previamente otras materias, entre ellas el de los museos y sus expósitos, cuya índole diversa obligará a limitarlos a aquellos destinados a la creación de una experiencia estética y, de acuerdo con mis propósitos, en los que lo hacen de manera deliberada (el arte).

La historia del arte va de la mano con la historia de los museos. Aunque actualmente puede decirse que el arte a veces degenera en productos destinados a satisfacer los pedidos de una serie de curadores, galeristas y circuitos de arte específicos, esos productos o expósitos mantienen una evidente diferenciación que les es implícita: la búsqueda del arte. Sin embargo, son muchas las creaciones del hombre que se aglutinan en dicho apelativo y abordar tan amplio espectro sería una empresa gigantesca y fuera de los objetivos de esta tesis. Por ello, me centraré en la imagen y continuaré hasta llegar al concepto de galería digital.

La imagen es la presencia simbólica de una ausencia, representada vicarialmente sobre un soporte y destinada a interpretar visualmente con sus formas, texturas y colores la función semiótica de su observador.

Román Gubern (1999: 22)

En las imágenes el hombre ha encontrado un vehículo de asimilación y comprensión del mundo. Es por medio de ellas que el humano ha generado gran parte de la visión que tiene de él mismo y de su mundo.

La imagen no sólo es una simple forma, sino que constituye una porción del conocimiento del hombre. La información sensorial percibida se almacena en la memoria como una estructura cognitiva que, dependiendo de la importancia que representa para cada sujeto o de la frecuencia con la que se está expuesto a ella, generará un recuerdo. Entre más sentidos participen en la creación de dicha experiencia más intensa será, puesto que cada sentido enviará sus propias señales al cerebro, creando en éste una suerte de líneas de información intersustentantes (que se entrelazan y relacionan unas con otras). Dicho proceso de asimilación de conocimiento es muy importante para la sobrevivencia del hombre como especie porque, como escribe Román Gubern, “La función biológica de los sentidos no es la de aprehender formas, sino la de descifrar significados. En consecuencia, el precepto es una vivencia subjetiva surgida de la activación de un significado por parte del estímulo visual contemplado por el sujeto” (Gubern, 1999: 15).

Para comprender o analizar una imagen el humano hace uso de la memoria semántica (reconocimiento) que está conectada principalmente con la visión y, en menor medida, los otros dos tipos de memorias: episódica (recordar episodios específicos) y la implícita (habilidades de ejecución automática). Es decir, nosotros como especie partimos de nuestras experiencias, de lo ya visto, referentes al momento de encontrarnos frente a una nueva imagen. Es en la remembranza de lo ya vivido que nuestro cerebro puede comprender por asociación los nuevos significados de cada estímulo visual.

Cuando una nueva imagen se parece a algo que ya hemos visto nuestra mente le asignará grados de equivalencia, que nos permiten confrontarnos a ella desde una perspectiva más cómoda y así continuar con la decodificación de los elementos innovadores o particulares. Esta característica de nuestra psique es muy útil ya que, a medida que el humano crece, genera un número importante de marcos de referencia que le permiten identificar y descifrar los significados de miles de imágenes diariamente. Sin embargo, como navaja de dos filos, dichos marcos de referencia pueden enturbiar el análisis puro de lo nuevo.

Para ejemplificar lo anterior menciono dos de las múltiples leyendas sobre la llegada de los españoles a América. La primera de ellas menciona que los moradores nativos de este continente no eran capaces de ver los barcos de los conquistadores españoles, ya que nunca antes habían estado en presencia de algo similar.

La segunda cuenta que el hombre blanco barbado fue visto por los indígenas como la representación de la serpiente emplumada (Quetzlcóatl), debido a que la abundancia de vellos fue vista como presencia de plumas, lo que de acuerdo con la cosmovisión de los pueblos mesoamericanos se ajustaba a los atributos de su deidad, tal como se puede apreciar en las muchas representaciones gráficas de ese dios.

En ambas leyendas se encuentra presente el conflicto que representó para esos hombres el confrontarse con la novedad de imágenes para las que sus marcos referenciales no funcionaban apropiadamente. Dichas leyendas ejercen la facultad, propia de su género, de mostrar información relevante de la historia del hombre, mediante una ficción que no exige ser comprobada, pues las leyendas se fincan en la veracidad y no en lo verídico.

El aparente engaño que pueden provocar en determinados momentos los marcos referenciales no es un problema real, sino que forma parte del proceso de aprendizaje y perfeccionamiento, pues en la mayoría de los casos no se puede hablar de una predisposición sino de una preparación.

Por otro lado, la imagen por sí misma es una interpretación subjetiva del mundo. Cada individuo, de acuerdo con experiencias individuales y de grupo, genera los referentes mediante los cuales evalúa las imágenes de su ambiente, interpretándolas de acuerdo con sus contextos espacio-temporales. A medida que las experiencias crecen las interpretaciones se apegan más al objeto, pero también estarán más o menos cargadas de subjetividad, pues si bien es cierto que una exposición más prolongada puede facilitar la apreciación —y por lo tanto se es capaz de realizar un análisis más apegado al objeto—, también lo es que si en dicho proceso de observación el hombre vierte su cosmovisión y/o creencias particulares o de grupo, el objeto observado podrá ser investido de conceptos y significados que no le son propios. Tengamos en cuenta que el hombre genera su interpretación del mundo a partir de todos sus sentidos: un amanecer, por ejemplo, no sólo le proporciona una imagen, sino también olores, sensaciones en la piel —calor, frío— y sonidos, que en cierta medida no son exclusivos de la raza humana (Zoosemiótica)¹.

La misma interpretación subjetiva entra en juego al momento en que el hombre hace uso de sus conocimientos, de sus habilidades manuales y técnicas para crear imágenes, que en la gran mayoría de los casos son copias o interpretaciones de los escenarios naturales.

Estas imágenes en primera instancia pueden ser entendidas como iconos² que intentan representar al objeto referido de una manera más o menos fiel y entendible. Sin embargo, dada la gran cantidad de información que una imagen generada por la naturaleza aporta al individuo, dicha copia resulta en un mero esbozo, puesto que la imagen sólo puede transmitir información visual, por lo que la experiencia de representación queda truncada. No obstante, el hombre ha buscado la manera de

1 La zoosemiótica es el límite inferior de la semiótica, que estudia los comportamientos relativos a la comunicación al interior de las comunidades no humanas y por consecuencia “no culturales”. Sin embargo, a través del estudio de la comunicación animal se pueden llegar a definir los componentes biológicos y naturales de la comunicación humana (Eco, 1972: 14).

2 En la terminología de C. S. Peirce se distingue el icono, índice y símbolo. Los *iconos* son aquellos signos que están en un valor de similitud con la realidad exterior que presenta la misma propiedad que un objeto connotado (una mancha de sangre por el color rojo). Al icono se opone el *índice* (sin valor de referencia o similitud pero si un valor contiguo) y el *símbolo* (donde el valor es únicamente una convención). Dubois y otros, 1973: 248.

suplir las informaciones faltantes mediante el uso de simbolismos³ dentro de la imagen, de tal forma que el color rojo será el encargado de transmitir la sensación de calor o el azul la de frío, las onomatopéyas sustituirán al sonido, etc. Mas dichos simbolismos son arbitrarios y dependen de un contexto específico, pues los símbolos pueden componerse —o no— de informaciones realistas extraídas del entorno al que pertenecen. Pueden ser veraces o meramente ficticios, también pueden contener formas, colores, matices, texturas y otros elementos visuales que guardan o no similitud con los objetos del entorno natural y los significados que les han sido asignados en un contexto específico.

En otras palabras, las imágenes creadas por el hombre resultan ser una puesta en escena mediante la descontextualización e inserción en un nuevo contexto del objeto representado.

Ahora bien, estas imágenes cumplen un papel primordial: comunicar algo a alguien. Aquí entramos en los terrenos de la semiótica, que grosso modo estudia los procesos de significación y comunicación dentro de la cultura según lo manifiestan Umberto Eco (La estructura ausente) y Roland Barthes, para quien la semiología —retomando la definición de Saussure— puede concebirse como una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social y que tiene como objeto todo sistema de signos sin importar su sustancia: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos signos que se encuentran en los ritos, los protocolos o los espectáculos constituyen, si no verdaderos lenguajes, por lo menos sistemas de significación.

Partiendo de las definiciones de semiología de Saussure (Eco, 1972: 21) —que introduce la definición de signo como una combinación de un significado y un significante— y de semiótica de Pierce (Eco, 1972: 22) —quien la define como una doctrina de signos anexando el concepto de semiosis y tres categorías necesarias para dicho proceso: objeto, representamen e intérprete— nacerá esta denominada ciencia —a veces llamada semiótica (por la escuela anglófona), otras semiología (por la escuela francófona)—, que forma parte de la lingüística.⁴ Para Barthes, el único sistema real y completamente significativo es el lenguaje: “Objetos, imágenes, comportamientos pueden significar, y lo hacen abundantemente, pero jamás de una forma autónoma; todo sistema semiológico se mezcla de lenguaje” (Barthes, 1964: 80).

La creación de imágenes y lenguajes son dos cosas que nos separan de los animales, pues si bien gran parte de las especies establecen formas de comunicación, sólo el hombre ha creado un lenguaje articulado oral y escrito que le permite expresar casi cualquier idea o sensación. De la misma manera, aun cuando muchas especies ven y en algunos casos su sentido de la visión es más competente que el nuestro, sólo el hombre es capaz de reproducir y producir imágenes conscientemente.

La función semiológica de comunicación depende de la cultura en la cual se establece dicho proceso, pues la creación de una imagen, el uso de un artefacto o la invención de cualquier objeto o tecnología no bastan por sí solos para hablar de un proceso cultural en términos semióticos, sino que es el deseo de comunicación de dicho conocimiento el que constituye el fenómeno de estudio.

Pero es necesario que aquel que se ha servido de la piedra por primera vez pueda vislumbrar la posibilidad de transmitir la información adquirida a el “Yo” del mañana y por lo tanto que él sepa, para ello, elaborar un artificio nemotécnico. Servirse por primera vez de una piedra [como utensilio o herramienta] no es parte de la cultura, pero establecer el qué y cómo esa

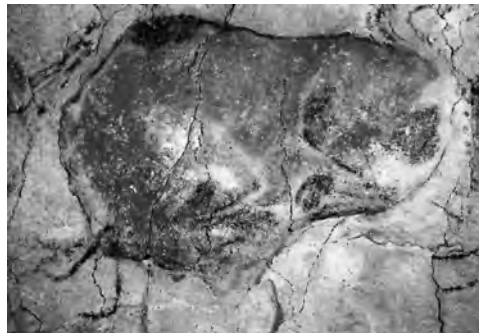
3 Un *símbolo* es la representación perceptible de una realidad, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. El símbolo para Pierce es la noción de un valor —constante dentro de una cultura determinada— entre dos elementos. El símbolo procede por establecimiento de una convención (la balanza como símbolo de la justicia). Dubois y otros, 1973: 472.

4 Se debe aclarar que para Saussure la lingüística es parte de la semiología. Será Barthes quien pondrá el orden que hoy es mayoritariamente aceptado: “La lingüística no es una parte, ni siquiera privilegiada, de la ciencia general de los signos. La semiología es una parte de la lingüística: precisamente esa parte que se haría cargo de las grandes unidades significantes del discurso”.

función puede ser repetida y transmitir esta información del náufrago solitario de hoy al mismo náufrago solitario del mañana, esa su es cultura (Eco, 1972: 26).

De tal forma que aquellas primeras pinturas hechas en las cuevas son constituyentes de la cultura humana porque mediante ellas el hombre primitivo plasma no solo un acontecimiento o objeto de su realidad espacio-temporal, sino que también genera un vehículo de comunicación (la imagen) que le permite establecer una comunicación con los demás individuos de su especie, tan eficaz que aun en contextos muy distintos a los de su origen, sigue transmitiendo esa información latente, como una marca indeleble en los genes de nuestra especie.

La imagen prontamente se estableció como el vehículo de comunicación mediante un proceso de síntesis que generó los primeros signos verbales y/o pictográficos, cumpliendo con la función del intercambio de conocimientos mediante el uso de símbolos, signos y señales que fueron compartidos por los sujetos que efectuaron dicho intercambio.



Bisonte, Altamira

Concentrándonos en la imagen y retomando a Román Gubern,

la producción de imágenes en occidente ha estado dominada por una doble y divergente preocupación intelectual. Por una parte, por la voluntad del perfeccionamiento cada vez mayor de su función mimética, por la exaltación de la capacidad ostensiva de la imagen como copia fidelísima de las apariencias ópticas del mundo visible, en una ambición que culmina en el hiperrealismo de la realidad virtual. Esta ambición ha sido la del engaño a los sentidos y la inteligencia, como ya avanzó Platón, pues quiere hacer creer al observador colocado ante la imagen que se está en realidad ante su referente y no ante su copia.

Pero en contraste con esta función de la imagen como doble ostensivo, como simulacro y como imitación realista, nos encontramos también con otra tradición no extinguida de la imagen críptica, como símbolo intelectual y como laberinto, una tradición hermenéutica cultivada por el simbolismo del arte paleocristiano, alquimistas, por las sociedades secretas y por los códigos pictográficos de muchos profesionales actuales (arquitectos, ingenieros, geólogos, meteorólogos, etc.), que constituyen verdaderos sociolectos cerrados de estas nuevas hermandades profesionales que han reemplazado, en parte, a las sociedades secretas de antaño (Gubern, 1999: 8).



La anunciación, Fra Angelico



Cristo en el yermo, Ivan Kramskoi

En este mismo sentido Jaques Aumont habla de la obra de Rudolf Arnheim, quien propone una tricromía entre los valores de la imagen dentro de su aporte real:

- a) Un valor de representación: La imagen representativa es la que presenta las cosas concretas (con un nivel de abstracción inferior al de las imágenes en sí mismas).
- b) Un valor de símbolo: La imagen simbólica es la que figura las cosas abstractas (de un nivel de abstracción superior al de la imagen misma).
- c) Un valor de signo: Una imagen sirve de signo cuando representa un contenido que no muestra visualmente (Aumont, 2001: 56).

La mayor parte las imágenes pertenecen al dominio de la primera preocupación enunciada por Gubern, en la cual se encuentran la primera y la segunda categorías de Arnheim. Estas imágenes intentan mostrar miméticamente los elementos y características principales de aquello que sustituyen. Entendamos que la imagen como invención del hombre sirve para representar, en primera instancia, aquello que ha llamado su atención fascinándolo a tal punto que el humano tiene la necesidad de plasmarlo visualmente para así poder referirse a él y en cierto sentido poseerlo; un ejemplo básico de este tipo de imágenes es el retrato, el cual constituye una de las tradiciones más grandes de producción de imágenes.

En el retrato, el hombre genera una imagen que representa lo más fielmente posible al retratado (valor de representación), de acuerdo con las cualidades plásticas y expresivas del medio utilizado para crear la imagen, así como las habilidades técnicas del creador de la imagen. En este proceso es muy importante mencionar que cada técnica de representación o creación de imágenes maximiza o minimiza aspectos visuales y conceptuales de acuerdo con sus cualidades expresivas, lo cual modifica el acto de contemplar la imagen, pues la experiencia que aporta una pintura realista no es la misma que un dibujo figurativo a lápiz o una escultura o una fotografía.

Además de lo anterior, los elementos extra fisonómicos del retratado que aparecen en la escena (como objetos, vestimenta o adornos), constituyen un sublenguaje muy profundo que complementa y/o modifica la significación de la imagen, como analiza Roland Barthes. En este caso, la ropa y los objetos nos hablarán, entre otras cosas, de la época, la cultura y la condición social del retratado (valor de símbolo).

Entraremos a la tercera categoría de Arnheim (valor de signo), que corresponde a la segunda preocupación mencionada por Gubern (la imagen críptica), si nos alejamos del retrato y pasamos a las imágenes de escenas religiosas. Este tipo de imágenes constituyen toda una puesta en escena en la que, si bien se utilizaron modelos humanos como referentes, éstos constituyen un elemento secundario dentro del simulacro empleado para representar visualmente una ideología llena de simbolismos, cuyos referentes reales han quedado enterrados en las arenas de los tiempos, perdiéndose de vista.

Por otro lado, existen diversos simbolismos en las imágenes, ya que los símbolos proceden de diferentes orígenes, como lo distinguió Erich Fromm al clarificar la existencia de tres tipos de símbolos:

- a) Los convencionales, que tienen validez sociocultural o grupal.
- b) Los accidentales, que son generados por experiencias personales del sujeto.
- c) Los universales, que son aquellos creados por el subconsciente, provenientes del capital genético humano inscritos junto con los ínsitos hereditarios como arquetipos universales que constituyen una sabiduría psíquica adaptativa de la especie.

En esta última categoría nos encontramos a los símbolos mitológicos (Campbell). Esta categoría es ilustrada por Gubern: “el tema de la virgen dando a luz a un héroe que es muerto y resucita se halla en numerosas culturas de nuestro planeta. Existió en la cultura azteca, lo que sorprendió a los misioneros de Cortés, pero se halla también en la India. La mitología del dios resucitado se halla en Egipto con Osiris, con Tammuz en Mesopotamia, Adonis en Siria, Dionisos en Grecia y Cristo en Palestina. Y de esta universalidad deriva la movilidad de algunos símbolos gráficos que acompañan a estas

leyendas. Por ejemplo, el tridente de Poseidón (que en India es de Shiva) se convirtió en arma típica del diablo cristiano, mientras que el gran toro de Poseidón derivó el mito del Minotauro y el toro Nadi de Shiva, legando también al diablo cristiano sus cuernos y pezuñas” (Gubern, 1999: 83).

Todos los elementos anteriores se conjugan de una u otra manera en las imágenes que el humano crea, con el doble propósito de comunicar y de mostrar, lo que puede también definirse como ambiciones semióticas y estéticas, ambiciones esenciales para el tipo de imagen pertinente en el contexto de las galerías digitales de arte.



Sir. Thomas William Coke, Pompeo Batoni



La muerte de Cristo sostenido por un ángel, desconocido

Imagen particular e imagen oficial

Las imágenes que el humano ha creado a lo largo de su historia se pueden dividir en imágenes individuales e imágenes oficiales.

La imagen individual se crea con un fin casi personal y, por lo general, satisface necesidades de comunicación específicas de un pequeño grupo, su difusión es mínima y las ambiciones que se tienen de ella también, pues no pretende ser representativa de la cultura en la que se desarrolla. En cambio, la imagen oficial está más cargada de simbolismos, obedece a intereses mayores, generalmente está impregnada del discurso retórico del grupo dominante, satisface necesidades “colectivas” de comunicación y se erige como el representamen o canon de la sociedad que la crea.

La producción oficial de imágenes dentro de cada cultura siempre ha estado a cargo de un grupo reducido constituido por dos entidades. La primera de ellas es la de los creadores, quienes poseen el talento técnico y la sensibilidad necesaria para generar imágenes ya sea mediante la reproducción o como acto de creación; dichas personas han sido nombradas de distintas formas en distintos tiempos: tlacuilos, artesanos, artistas, arquitectos, dibujantes... La segunda entidad es la del grupo de poder, quien controla la producción de imágenes, ya sea mediante su enajenación, la imposición de los cánones estéticos o la coacción del creador, sea a cambio de un pago o por uso de la fuerza. En

esta categoría encontramos a gobernantes, representantes del culto oficial, familias reales, burgueses, gente con poder económico y, actualmente, curadores, coleccionistas y dueños de galerías.

La producción de imágenes jamás ha sido totalmente fortuita en ninguna cultura, siempre ha estado impregnada de usos individuales y colectivos y en su gran mayoría han perseguido fines propagandísticos, informativos, religiosos, ideológicos, etc. Y, tal como remarca Jaques Aumont en su libro *La imagen*, “la imagen pertenece en general al dominio de lo simbólico”, lo que “la sitúa en un punto de mediación entre el espectador y la realidad” (Aumont, 2001: 56). Es este punto de mediación el que la convierte en un instrumento tan poderoso y la razón por la cual los grupos en el poder enajenan tanto como sea posible su producción oficial.

Como veremos más adelante, en este control se fincan los orígenes del coleccionismo institucional, el antecedente de los museos y, en consecuencia, de las galerías.

Aumont también nos ilustra acerca de las funciones de la imagen estableciendo tres categorías:

- a) El modo simbólico: Las imágenes han servido primordialmente como símbolos, más precisamente como símbolos religiosos, creados para dar acceso a la esfera de lo sagrado por la manifestación más o menos directa de una presencia divina. Sin remontarse hasta la prehistoria, las primeras esculturas griegas arcaicas era de ídolos, producidos y venerados como manifestaciones sensibles de lo divino. A decir verdad, los ejemplos al respecto son casi innumerables: la imaginería religiosa, figurativa o no, era tan copiosa como la actual, algunas imágenes representaban divinidades (Zeus, Buda o Cristo), otras mostraban valores puramente simbólicos (la cruz cristiana, la suástica hindú). Los simbolismos no son solamente religiosos y la función simbólica de las imágenes ha sobrevivido a la laicización de las sociedades occidentales, en ocasiones para vincular los nuevos valores (la democracia, el progreso, la libertad) ligados a las nuevas formas políticas.
- b) El modo epistémico: La imagen aporta información visual sobre el mundo, permitiendo así el conocimiento y comprensión de aspectos no visuales. La naturaleza de esta información varía (un mapa carretero, una tarjeta postal ilustrada, una carta de juegos y una tarjeta bancaria son imágenes que difieren en su valor informativo), pero esta función general de conocimiento ha sido igualmente asignada desde muy temprano a las imágenes. Un ejemplo se encuentra en la inmensa mayoría de los manuscritos ilustrados de la edad media, aquellos que ilustraban *La Eneida* o los evangelios, o también los tratados de botánica. Esta función fue considerablemente desarrollada y ampliada después del inicio de la era moderna con la aparición de los géneros documentales como el paisaje y el retrato.
- c) El modo estético: La imagen está destinada a complacer a su espectador, a procurarle sensaciones (aisthesis) específicas. Este objetivo existe sin duda desde tiempos muy antiguos, aunque puede ser muy difícil pronunciarse en torno a lo que pudo ser el sentimiento estético en épocas muy lejanas a la nuestra (¿los bisontes de Lascaux tenían como objetivo ser bellos o tenían solamente un valor mágico?). De cualquier forma, esta función de la imagen es prácticamente indisoluble, o casi, de la noción de arte, a tal punto que frecuentemente se confunden: una imagen preocupada por obtener un efecto estético puede fácilmente pasar por una imagen de arte (véase la publicidad, donde esta confusión es llevada a su punto más alto) (Aumont, 2001: 57).

Dentro de estas tres categorías podemos apreciar las funciones que la imagen puede alcanzar dentro del consciente y subconsciente de quien las observa, lo cual determinará en buena medida el valor que se le asigne.

Para ilustrar lo anterior retomaré el tema de del retrato. Este tipo de la imagen también puede situarse dentro de cualquiera de las tres funciones planteadas por Jaques Aumont. Por ejemplo, la imagen más difundida de Jesús de Nazaret en occidente es la de un hombre blanco barbado de cabello largo. Al cuestionar esta imagen podemos partir del hecho de que las primeras representaciones

pictóricas que se conservan provienen de un poco antes la edad media, en donde los rasgos difieren de aquellos con los que será representado durante el renacimiento, de donde nos llega la imagen actual, tal vez producto de una evolución en la técnica de la pintura —la cual permitió plasmar de una manera más realista— y tal vez, consecuentemente, por una modificación en la estética imperante.

Pero también cabe mencionar la probabilidad de que los modelos humanos que sirvieron de base para que el pintor realizase su interpretación del Cristo fuesen diferentes, lo cual, pese a los arquetipos establecidos, pudo modificar el resultado final. Es muy probable que, de haber existido realmente Jesús de Nazaret, su aspecto físico fuera muy diferente a aquel con el que fue plasmado durante el renacimiento y épocas posteriores. Ahora bien, si hacemos caso al referente geográfico que dichos textos proveen y lo relacionamos con el aspecto físico de los posibles descendientes de los judíos y actuales moradores de dichos territorios, nos encontramos con un genotipo distinto al del Cristo occidentalizado de la tradición católica.

Por lo anterior, resulta poco probable que la imagen que occidente tiene del Cristo sea parecida al personaje real. De hecho, los evangelios no proveen una descripción física de Jesús. Sin embargo, la imagen de la cual hablamos deja de ser un simple retrato no fiel e idealizado de algún modelo humano para convertirse en una imagen simbólica, tal vez la más importante para muchas de las culturas de occidente, con un poder simbólico que sobrepasa los posibles efectos de lo inverosímil.

Tanta es la fuerza simbólica de esta imagen que, aunque exista la conciencia de que sus imágenes son meras escenificaciones de un ideal, los devotos las siguen concibiendo como manifestaciones sensibles de lo divino. Tal es el caso de las imágenes fotográficas extraídas de la película para televisión *Jesus of Nazareth* (1977), de Franco Zeffirelli (en la que el actor Robert Powell, nacido el 1 de junio de 1944, encarna el personaje de Jesús), que son vendidas como imágenes de culto fuera de algunas iglesias o almacenes especializados.

Es esta misma fuerza simbólica de la imagen la que pudo haberla ligado originalmente a la esfera de lo sensible, una de las principales motivaciones del humano en la construcción de lo que denominamos arte. Bajo esta categoría se catalogan gran parte de los productos sublimados de nuestra especie.

En otro ámbito, un retrato puede ser también transmisor de conocimiento (modo epistemológico). Imaginemos un retrato de un niño que se usa para ilustrar los efectos visibles del Síndrome de Alcoholización Fetal. Esta imagen sirve como transmisora de información que va mas allá de la que a simple vista un ojo ordinario puede captar.

Por último (el modo estético), podemos mencionar un retrato tan famoso como el de la Gioconda o Mona Lisa. Esta obra de Leonardo da Vinci ha sido sumamente estudiada como obra de arte y nadie niega su papel como una de las grandes obras maestras de todos los tiempos. Algunos explican que su gran belleza estética es causada por el uso de una técnica innovadora, el esfumino, desarrollada por Leonardo, la cual genera en el espectador la idea de estar siendo observado por la Gioconda y ello ocurre, según algunos, desde cualquier ángulo en el que se observe.

Esta cualidad del modo estético, como lo menciona Aumont, se aplica también a imágenes producidas con fines retóricos un tanto lejanos del arte, como en la publicidad destinada al consumo —los retratos creados por la industria de cosméticos o el famoso retrato fotográfico de Ernesto Che Guevara, que ha sido catalogada como una de las fotografías más importantes del siglo anterior—. Es claro que el retrato puede valerse de elementos otrora pertenecientes a obras clásicas de arte.

La interpretación de la imagen

Es tiempo ahora de mencionar una parte muy importante en la percepción de una imagen: la interpretación. Como hemos señalado, todo símbolo, icono o signo es una convención y su nivel de universalidad varía con el tiempo, dado que estos elementos son creados para satisfacer necesidades especiales de la sociedad que los crea. Todos ellos constituyen metáforas que buscan transmitir mensajes que tal vez nunca antes han sido expresados, por lo menos de la forma en la que en ese momento son planteados. En un sentido amplio, lo que se intenta transmitir es el universo de un yo a otro yo lejano en el tiempo y el espacio. Dicho proceso semiótico plantea forzosamente la acción del intérprete o receptor del mensaje y como destinatario de éste. Sin embargo, para que el receptor sea capaz de descifrar el mensaje es necesario que se compartan códigos esenciales de comunicación entre el emisor y el receptor.

En el caso de la comunicación oral o escrita es un poco más claro este proceso, pues para que el mensaje sea descifrado correctamente por su destinatario deberá haber sido emitido en un idioma entendible por su receptor y con un código que éste comprenda, pues si el mensaje es escrito y el receptor es analfabeto, la comunicación no se realizará.

Al momento de confrontarse con la información icónica de la imagen, el espectador hace uso de sus experiencias visuales y de los referentes que tiene de la realidad. Estos referentes se denominan esquemas perceptivos, formas sintéticas que expresan convenciones visuales que representan el entorno del que proviene el individuo. Ellos son una síntesis de los componentes principales del objeto, están más ligados a la forma que al fondo, y consisten en una aproximación no realista ni detallada pero veraz. Estos esquemas visuales activan en el espectador dos procesos: el reconocimiento y la rememoración.

“Reconocer algo en una imagen, es identificar, al menos parcialmente, eso que es ahí visto, como alguna cosa que se ve o se puede ver en el mundo real. Tal proceso es un trabajo que pone en juego las capacidades del sistema visual” (Aumont, 2001: 58). Reconocer significa un trabajo de percepción en el cual el individuo, apoyándose en su memoria, re-conoce o identifica elementos en la imagen que se encuentran en el mundo real y que, si bien pueden no ser idénticos, provocan una referencia que permiten ligar a la imagen con aquello que suplanta. Por otro lado, existe un placer en el reconocimiento, tal como lo indica Freud: encontrar lo desconocido, vincular lo desconocido con lo conocido es, de forma general, uno de los mecanismos mayores de la obtención de placer. El arte representativo naturalista aprovecha esta satisfacción psicológica, lo que permite que la imagen artística participe en el acto de reconocimiento, siempre y cuando los esquemas de realismo usados en la creación de la imagen son compartidos y aceptados por el espectador y, como acto cultural, por la sociedad a la que pertenece.

“El instrumento de la rememoración o recuerdo, por la imagen, es en efecto aquello que podría ser llamado, muy generalmente, esquema: Estructura relativamente simple, memorizable, como tal, más allá de sus actualizaciones. Para quedarse en el dominio de la imagen artística [...] Citemos aquí uno muy conocido: el arte egipcio de la época faraónica en el cual una imagen particular no es más que una combinación de imágenes parciales reproduciendo lo más literalmente posible los esquemas típicos (escriba sentada, escriba arrodillado, divinidades, figura del faraón, etc.,) ellos mismos convencionalmente ligados a su referente real” (Aumont, 2001: 60).

Para poder cumplir con el aspecto cognitivo y/o didáctico que desempeña, los elementos del esquema deben ser económicos, simples y legibles. Un esquema no es absoluto ni universal; no obstante, existen esquemas que se han difundido durante mucho tiempo, evolucionando con la época. Tal es el caso de aquellos utilizados por el arte cristiano, los cuales se repitieron con pocas variaciones durante toda la edad media, siendo después ajustados durante el renacimiento: algunos de ellos han continuado evolucionando hasta nuestros días.

Aunado a lo anterior, Gombrich introduce el papel del espectador en el proceso de interpretación, algo que denominó el rol del espectador (beholder's share) describiendo el ensamble de actos perceptivos y físicos por los cuales el espectador hace existir la imagen.

No existe la mirada inocente: en su libro (del que la primera redacción data de 1956) Gombrich adopta, sobre la percepción visual, una posición de tipo constructivista. Para él, la percepción visual es un proceso cuasi experimental, que implica un sistema de elementos esperados, sobre los cuales se emiten hipótesis, mismas que son verificadas o descartadas. Este sistema basado en expectativas, es el mismo largamente enriquecido por nuestro conocimiento preliminar del mundo y de las imágenes: En nuestra comprensión de las imágenes, nosotros nos anticipamos a ella, mediante el acumulamiento de ideas hechas a partir de nuestras percepciones. La mirada inocente es por lo tanto un mito, y el primer aporte de Gombrich consistió, justamente, en recordar que ver no es otra cosa que comparar aquello que nosotros esperamos con el mensaje que recibe nuestro aparato visual (Aumont, 2001: 62).

En este proceso de interpretación cabe también incluir los conceptos de semiosfera y mediasfera descritos por la escuela semiótica, en los que debemos tener en cuenta la existencia de un gran número de símbolos comunes y compartidos por una sociedad, y que son utilizados como referentes al momento de percibir una nueva imagen. Estos símbolos comunes son difundidos por los medios de comunicación hacia sus receptores de una forma constante y evolutiva, de tal suerte que pasan a ser un referente inmediato y natural para cualquier individuo. La expresión "se parece a..." es emitida muy frecuentemente al momento de percibir una imagen nueva, sea la imagen de un recién nacido, una obra de arte, etc.

La imagen, cultura y tecnología

El calificativo de universal o de endémica que se le puede asignar a una imagen está dado por la observación que cada cultura ha hecho de los fenómenos naturales que los rodean y que son compartidos o no por otros grupos distantes. Dicha apreciación social está influida por variables sociales, físico-naturales y tecnológicas, que a medida que son privativas de un solo grupo convierten a la imagen en un producto endémico o, por el contrario, universal, si son comunes a varias culturas distantes en espacio y/o tiempo. Sin embargo, la universalidad de una imagen no sólo se da por convergencia, ya que también forman parte de los procesos de transculturización y de dominación cultural, en los que las culturas se mezclan para enriquecerse mutuamente o para el aniquilamiento de una de ellas. Es la cultura dominante la que generalmente establecerá los cánones estéticos, entre ellos los esquemas perceptivos, que prevalecen mayormente para la apreciación de una imagen.

Una cultura es dominante, entre otros factores, de acuerdo con el uso y nivel de avance de las tecnologías que emplea. Este grado de adelanto tecnológico, que repercute en la producción de imágenes ha sido llamado tecnogénesis por Román Gubern.

La tecnogénesis es un proceso determinante en la morfologénesis de las imágenes, fenómeno que no tiene equivalente en la expresión lingüística. Las imágenes pueden ser el resultado de una pigmentación quirográfica (dibujo y pintura), de una pigmentación tecnográfica (imágenes impresas), fotoquímicas (fotografía y cine), fotónicas (holograma), electrónicas (televisión) o magneto-electrónicas (video). Y la estructura genética de la imagen electrónica puede ser analógica o digital, distinción muy relevante de cara a su producción, manipulación, transmisión, almacenamiento y reproducción (Gubern, 1999: 130).

Esta tecnogénesis potencia o reduce ciertas posibilidades expresivas, lo que tiene una repercusión importante en la producción de las imágenes contemporáneas, debido a la gran dependencia cultural y social que se tiene por la tecnología. En otras palabras, a medida que la tecnología y/o técnica

influyen sustancialmente en el proceso de creación de imágenes, el hombre —como creador de dichas tecnologías pero también como espectador y creador de las imágenes— vive un proceso de cambio y evolución en su percepción tanto de las imágenes como de aquello que él llama realidad, ya que este cambio repercute en los simbolismos de las imágenes e iconos creados, así como en los esquemas que se emplean para su análisis.

Asimismo, las variables alusivas a la interpretación de una imagen, junto con la influencia de los procesos tecnológicos ligados a la producción de ellas, son determinantes en la creación de lo que se ha llamado la iconosfera⁵ en las sociedades industrializadas enmarcando el entorno imaginístico creado por el cine, la TV y actualmente la internet y los videojuegos. A partir de ello surge el concepto de semiosfera, que designa al ambiente de signos creados por la sociedad moderna, de la cual la iconosfera es un elemento constitutivo al igual que la mediasfera.

La evolución de las técnicas de representación han marcado en mucho los esquemas perceptivos de que se constituyen las imágenes. Ahora bien, aunque los esquemas sean elementos económicos y sintéticos, no se contraponen al deseo de perfeccionamiento y de semejanza a la realidad que la creación de imágenes ha mostrado desde sus inicios, razón por la cual fue acusada de ser un engaño a los sentidos y por ello despreciable (Platón) pero como apunta Regis Débray: “La imagen no es perniciosa por naturaleza [...] pero sí alimenta una inconsciente tendencia mimética” (Deloche, 1995: 10). Esta pulsión hacia el mimetismo ha generado, en parte, una constante evolución y actualización de las técnicas y estilos de representación.

Así podemos encontrar tres puntos bien marcados que nos hablan de la evolución icónica debido a un cambio o perfeccionamiento de las técnicas de representación mimética que buscan el realismo.

1. Definir los límites de realismo en una imagen no es una empresa fácil, pues si bien podríamos suponer la existencia de un límite inferior y uno superior, el primero es difícil de ser identificado: ¿cuál es el mínimo necesario para hablar de realismo? En contraparte, el límite superior es modificado y revisado continuamente. Lo que hoy podría verse como el límite del realismo, mañana puede ser superado ya sea por una técnica y/o tecnología nueva.

2. “La imagen puede crear la ilusión de realidad, al menos de forma parcial, sin ser la réplica exacta de un objeto, sin constituirse en su doble... El problema de la ilusión es otro: Se trata no de crear un objeto que sea duplica de otro, sino un objeto —la imagen— que duplica las apariencias del primero... Igualmente es necesario distinguir la imagen ilusionista del simulacro. El simulacro no provoca, en principio una ilusión total, pero sí una ilusión parcial, suficientemente fuerte para ser funcional. El simulacro es un objeto artificial que aspira a ser tomado por otro objeto dentro de un cierto uso — sin por ello parecerse absolutamente...” (Aumont, 2001: 75). En este sentido se aprecia el hecho de que la imagen puede fungir como ilusión y como simulacro de la realidad. Por ello podemos delimitar que existen imágenes que son sólo un simulacro, ya que no son realmente réplicas de la realidad y, sin embargo, son adoptadas para representarla. Tal es el caso de las imágenes simplistas o naïf producidas por un niño o por alguien que por deseo propio o falta de habilidades técnicas crea una imagen muy esquemática de un objeto real. En contraparte, las imágenes hiperrealistas constituyen una auténtica ilusión de la realidad, aunque no por ello dejan de contener esquemas cognitivos; por el contrario, contienen un gran número de ellos, de tal forma que su capacidad ilusoria es mucho mayor y más efectiva. En un punto intermedio ubicaríamos las imágenes que crean la ilusión de estar “en presencia de” y que, aunque se es consciente de la ausencia del objeto representado, pueden engañar a los sentidos (los espejismos, por ejemplo).

5 Partiendo de las definiciones de *icono* —imagen que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado y *esfera* —objeto o espacio físico— podemos entender que la iconosfera es el lugar en el que los signos creados por una sociedad se albergan, entrelazan y cobran significación, para cada cultura de la que forman parte.

3. La existencia del realismo como criterio de creación en las imágenes constituye el punto más alto en el que una imagen imita las características de los objetos en el mundo real, generando la idea de realismo, que es distinta de la realidad.

Es importante no confundir estos tres aspectos.

El simulacro se da en un ámbito en el que por ciertas circunstancias el objeto real es suplantado por la imagen aunque no sea más que una aproximación funcional de lo que representa, por ejemplo, el retrato hablado de un criminal (lo que continúa el ejemplo del retrato como la imagen que mayor penetración tiene en el humano).

La ilusión es provocada cuando una imagen en determinadas condiciones genera la noción de estar en presencia del objeto real, como ocurre en la Gioconda (se genera la ilusión en el espectador de ser observado por la mujer ahí retratada).

El realismo es creado cuando una imagen imita fielmente las características del mundo real. Sin duda, el ejemplo obvio lo constituye la fotografía, la cual captura la imagen que forma la luz reflejada por un objeto en un determinado momento. Se puede ser consciente de estar frente a una ficción, se puede saber que lo que se percibe no es cierto... pero pudiera serlo, como ocurre en el cine (imagen en movimiento).

Simulacro, ilusión y realismo son temas que posteriormente retomaré para ejemplificar el papel de los sustitutos en las galerías digitales. Por el momento únicamente diré que este trinomio juega un papel relevante en la obra de arte pues cada uno de ellos pondera elementos de reflexión dentro de la imagen. Podría pensarse que uno es excluyente de los otros o que el realismo es el superlativo de los tres, pero esto sería un equívoco: por un lado, una misma imagen puede contener más de uno de ellos y, por el otro, existen imágenes no realistas que son igual o más contundentes que su par realista, por ejemplo el Guernica de Picasso o el grito de Edward Munch como imágenes que describe los horrores de la guerra.

Regresando al protagonismo de la tecnogénesis en la construcción y apreciación del realismo, puede decirse que son los avances técnicos y tecnológicos —sin menoscabo de las cualidades técnicas y artísticas de los realizadores— los que actualmente marcan los estándares del realismo en una imagen. Aunque este mismo fenómeno puede aplicarse a los albores de la imagen, con el advenimiento de la fotografía y de los medios masivos de comunicación se ha acentuado su importancia: las imágenes cuya manufactura es tecnológica se encuentran inmersas en un vaivén de nuevas posibilidades expresivas a medida que la tecnología evoluciona.

Lo anterior ha generado una vorágine de imágenes nunca antes vista, así como una democratización de la imagen. Antes del nacimiento de la fotografía, la creación de imágenes estaba limitada a un pequeño grupo de personas, aquellas que nacían con el don necesario para crear imágenes —dibujar, pintar, esculpir—. Sin duda, quienes hemos pasado por una escuela donde el dibujo realista sea una disciplina dentro de la currícula podemos apreciar que la capacidad de representación visual tiene más que ver con una capacidad innata y con la sensibilidad que con una metodología, aunque el uno no esté peleado con el otro. Estas personas (artistas), que naturalmente eran capaces de crear imágenes realistas, formaban parte de un grupo muy reducido de creadores de imágenes, comúnmente al servicio del clero y la aristocracia.



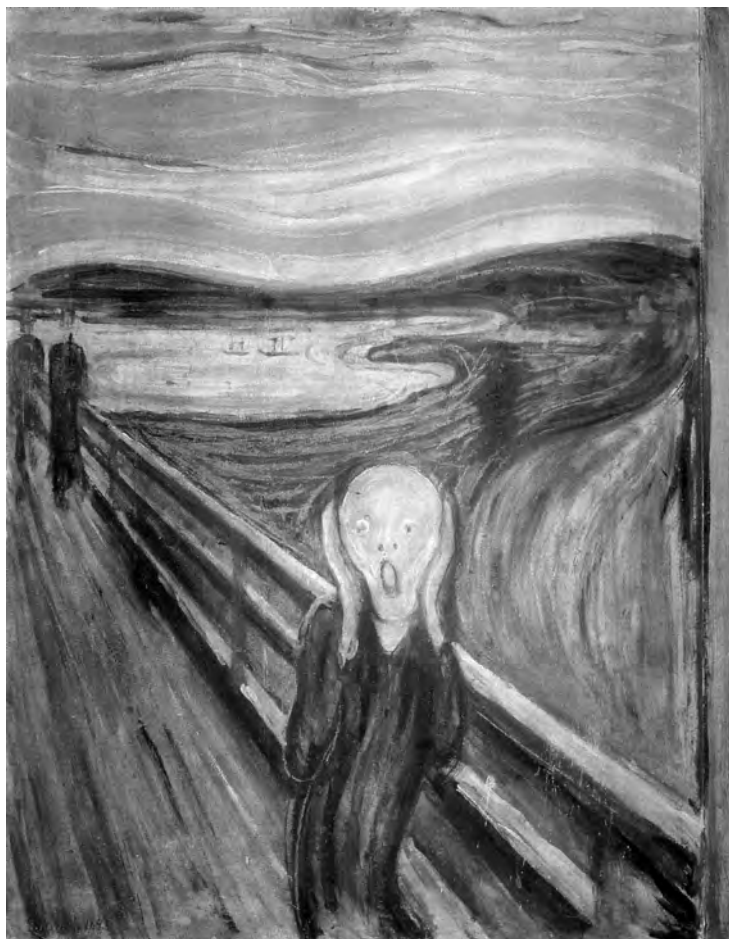
La Gioconda, Leonardo Da Vinci

Con la llegada de la fotografía, la situación comenzó a cambiar sustancialmente. El poseedor del don ya no era el único que realizaba las imágenes: el químico y el físico tomaron el control en la producción de imágenes realistas. Y, posteriormente, con la comercialización de la fotografía y hasta nuestros días cualquier persona puede crear imágenes realistas con sólo apretar un botón. Pero no debe olvidarse que la fotografía modifica los estándares de realismo y con ello lo que el espectador espera de una imagen realista. Después de la fotografía llegó el cine. Para este momento, la imagen fotográfica contaba ya con la calidad visual necesaria para colocarse como el mejor instrumento para plasmar la realidad, además de que se podía producir masivamente, con lo que se comienza a resquebrajar el hito de la unicidad.

Más tarde llegaría el color a la fotografía, y con ello nuevamente se modifica la percepción de la imagen y del mundo.

La televisión marcó otro parteaguas en el imaginario colectivo, al convertirse en un medio que constantemente se encuentra difundiendo imágenes con un poder de penetración mucho mayor al de los otros medios de comunicación. Además, la televisión es el medio que mejor explota el sentido de artefacto, ilusión y realismo: la frase: "Si pasa en la televisión existe" constituye una ley no escrita para muchos individuos.

El siguiente y no menos importante salto cuántico de la imagen lo dio la llegada de la era digital, con la inclusión de las computadoras en la creación de imágenes y la irrupción de la tercera dimensión y la llamada realidad virtual. Sin embargo, estos temas los abordaré más tarde, por lo que detengo aquí el inventario de irrupciones tecnológicas que han modificado la creación y percepción de imágenes en las sociedades contemporáneas.



El grito, Edward Munch

La fotografía, un cambio en la realidad

Procedo ahora a ahondar en un tema que toqué anteriormente. El surgimiento de la fotografía en blanco y negro constituyó todo un cambio en la percepción visual pues, hasta entonces, el hombre no había visto el mundo fijado en imágenes en escala de grises. La fotografía reflejaba fielmente esa realidad que los otros medios de producción de imágenes emulaban, pero al mismo tiempo presentaba una nueva y desconcertante visión del mundo —en escala de grises—, cualidad que el hombre de forma natural no es capaz de apreciar.

Tan fuerte fue la sacudida provocada por este hecho que algunas de las disciplinas que anteriormente se dedicaban a la creación de imágenes dejaron de existir y otras tuvieron que modificar drásticamente su manera de representar la realidad al no poder competir con la veracidad mostrada por la fotografía. Tal es el caso de las tendencias del arte visual denominadas ismos (expresionismo, impresionismo, etc.). Al respecto, Walter Benjamin menciona la crisis que significó para la pintura el surgimiento de lo que él llama el primer medio de reproducción realmente revolucionario —la fotografía—, una crisis que cien años más tarde nadie puede negar. Como consecuencia de ello el arte reaccionó con la doctrina de “el arte por el arte” (Benjamin, 2008: 19).

Para Roland Barthes los antecedentes de la fotografía no están ligados a la pintura u otras técnicas anteriores. Para él, la fotografía es producto de las ciencias, en concreto de los químicos que desarrollaron la tecnología que permite fijar las imágenes. Con ello se abrió la posibilidad de decir “esto fue”; ahora la imagen podía ser un testimonio válido de lo acontecido, lo cual sólo fue posible cuando una circunstancia científica permitió capturar e imprimir los rayos de luz que emite un objeto. “La fotografía es literalmente una emanación del referente.” (Barthes, 1980: 126.) Por primera vez se puede hablar de una imagen realista ajena a los esquemas visuales compartidos por todas las técnicas que la antecedieron.

Antes de la fotografía, el tiempo necesario para elaborar cualquier imagen impedía que éstas fueran un registro fiel e inmediato de cualquier acontecimiento. Por lo general, las imágenes que cumplían ese fin eran hechas después de los acontecimientos y dependían de la memoria e interpretación del artista. La nueva técnica, en cambio, permitió el registro de casi cualquier evento de una manera sin precedentes. Lo ahí mostrado era parte de lo ahí ocurrido (esto, claro está, si no se trataba de un montaje o una manipulación).

No es que la fotografía mostrase el mundo tal como es, o que ella nos adoctrinase hacia un estándar muy elevado de realismo en la imagen. Tampoco significa que rebajase de lo sublime a lo mundano los temas abordados en el arte. La fotografía, simplemente, contribuyó a crear una nueva visión del mundo tan válida como las anteriores, pero que de cierta manera se apegaba más a sus referentes.

La fotografía tampoco marca la negación de lo anterior ni establece una realidad única. La fotografía sin manipulación no mostrará una aureola sobre la cabeza de una persona a la usanza de las imágenes religiosas, pero eso no implica negar el valor de las imágenes que así lo hacen. Aquí es preciso entender que para las personas de siglos anteriores —y para los devotos de hoy— el encontrarse frente a una pintura de un Cristo glorificado con todos los elementos visuales que hablan de su divinidad significa encontrarse con lo real, pues dentro de su visión del mundo ello existe.

Por otra parte, las imágenes fotográficas no son del todo objetivas, como no lo es ninguna imagen sin importar la técnica con que fue creada. La visión es un proceso cerebral matizado por el individuo que la interpreta. La mayoría de las imágenes sufren una doble subjetividad: la primera por parte del creador, que decide qué incluir y qué excluir en su imagen, y la segunda por parte del espectador, que la interpreta de acuerdo con sus propios referentes. Ni siquiera una fotografía científica se escapa de la subjetividad.

La fotografía tampoco cierra la puerta a otras formas de apreciar el mundo. Las fotografías de paisajes de Ansel Adams, con su excelsa técnica, no son mejores ni peores que las impresiones

retinianas de Renoir, que pueden ser el opuesto de las primeras en términos de realismo. En ambas el valor está en su calidad visual, en sus detalles y fuerza y, por supuesto, en la interpretación del mundo hecha por su realizador, que es lo que genera la experiencia estética (arte).

La fotografía de ninguna manera es la panacea ni el hilo negro respecto a la creación de imágenes. Si dejamos de lado su innovadora capacidad de registrar los instantes, sólo sirve como herramienta para expresar las inquietudes visuales del artista, al igual que cualquier otra técnica. Los fotógrafos retomaron toda la tradición de la pintura clásica (composición técnica, encuadres, iluminación, distribución de los elementos, temas y sujetos). Este hecho fue totalmente deliberado pues, al igual que Gutenberg intentó que sus libros parecieran más escritos amanuenses que producciones mecánicas, los fotógrafos intentan que sus imágenes se asemejen a la vasta tradición pictórica que los antecede. Como todo nuevo medio de expresión, la fotografía se nutre de lo ya existente para cimentarse, lo que le servirá para crear posteriormente su propio lenguaje, su propia técnica y su propia estética.

La idea de ligar a la fotografía con el cambio de realidad se apoya en el hecho de que la imagen fotográfica modificó el estándar y los esquemas visuales vinculados con el realismo, pues su imagen es más fiel al mundo que percibe nuestro sistema visual, tal como establece el principio de tecnogénesis mencionado anteriormente: la fotografía maximiza ciertas posibilidades expresivas que le son inherentes, como el realismo, la inmediatez, la calidad, la definición y una cierta objetividad. Pero al mismo tiempo oculta otras que pueden ser propias de otras técnicas. En la medida en que la imagen fotográfica se convierte en la imagen realista por antonomasia, el sistema de expectativas con el que se analizan las imágenes sufre una actualización que puede provocar que aquellas imágenes que no respondan a las demandas hechas por el espectador sean subvaluadas. La estética fotográfica se ha convertido en hegemónica, modificando por tanto la forma en la que percibimos las imágenes y, de cierta manera, el mundo.

La fotografía es un cambio en la percepción de la realidad porque —debido a su naturaleza, a su capacidad de capturar fielmente y congelar un instante en el transcurso del tiempo— le permitió al hombre registrar con mucha mayor fidelidad los acontecimientos de su historia personal y colectiva, también le permitió observar aquello que le pasó desapercibido por mucho tiempo porque el esquema visual anterior establecía algo distinto, como en las primeras fotografías del movimiento del fotógrafo Eadweard Muybridge (1830-1904), las cuales sirvieron para comprender y analizar el movimiento de personas y animales. Antes del trabajo de Muybridge, se pensaba que los caballos corrían mediante una suerte de brincos en el que elevaban por los aires las cuatro patas al mismo tiempo, como se puede apreciar en el trabajo pictórico de los siglos anteriores. Gracias a sus fotografías pudo notarse que el caballo siempre mantiene un pie en el piso durante su desplazamiento a velocidad. Por otro lado, las fotografías de Muybridge sobre el movimiento humano ayudaron a que los doctores comprendieran la función de la rodilla al caminar, lo que propició que se desarrollaran nuevas prótesis para los sobrevivientes de la guerra, remplazando a las viejas patas de palo.

La fotografía también marcó un cambio en la realidad de las imágenes, porque posibilita que cualquier persona cree y exponga imágenes realistas de calidad, diversificando la visión y perspectiva que se tiene de la imagen como elemento de comunicación y de arte, sin importar que sus temas sigan siendo los mismos que desde los principios de la imagen y pese a que la mayor parte de las fotografías hechas en el mundo no persigan conscientemente los fines estéticos del arte.

En el plano del arte, la fotografía fue también un precursor que amplió el catálogo de temas abordados en la recreación de la experiencia estética. El artificio de la imitación fiel de la realidad ya no fue suficiente, pues éste es cumplido de facto, obligando a los fotógrafos a explorar las posibilidades expresivas del medio. Al respecto Susan Sontag (2006: 28) describe el papel del fotógrafo y la fragmentación del mundo en imágenes: lo feo o lo grotesco puede ser conmovedor en el momento en el que el fotógrafo lo dignifica, a condición que su obra nos muestre algo novedoso. El fotógrafo, por su parte, ve en la fotografía el medio ideal para liberarse de ataduras morales e inhibiciones sociales, pues detrás de la cámara se siente exonerado de todo conflicto moral. Por ello Sontag describe al fotógrafo como un colonizador de experiencias que intenta con ello liberarse del tedio que provoca lo ya visto, lo repetitivo, lo común.

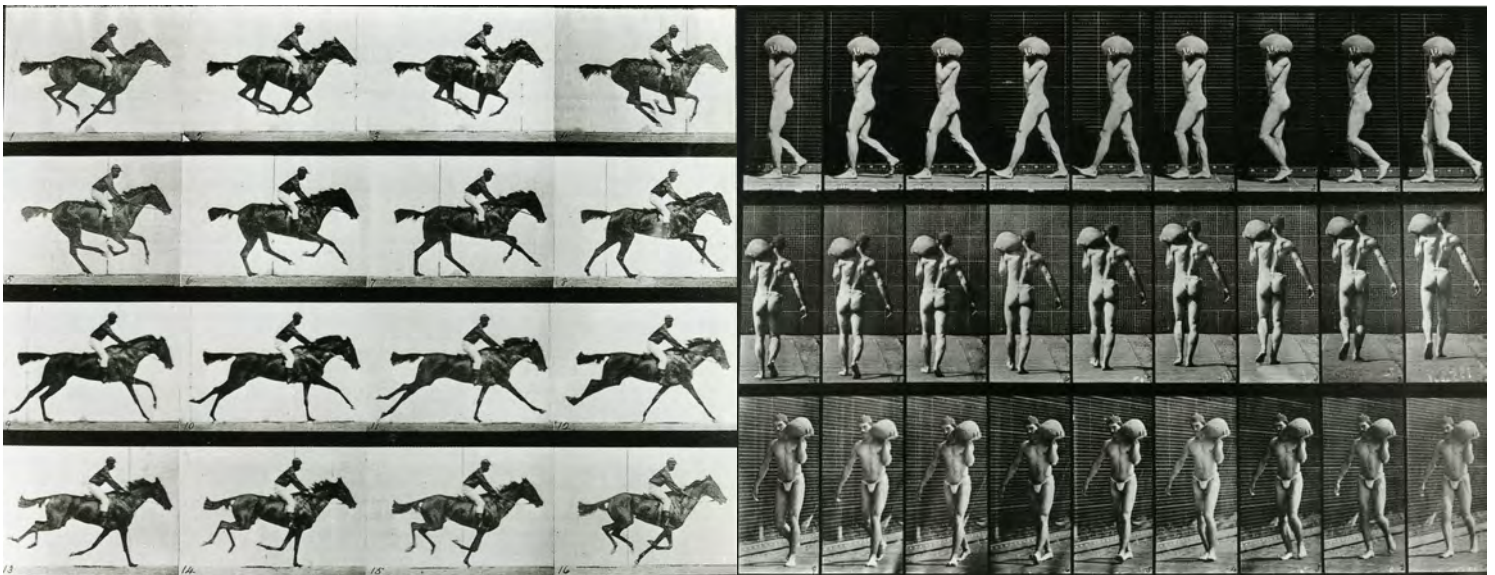
El mundo de la imagen aún sufría las consecuencias de la irrupción de la fotografía cuando ésta evolucionó al adquirir movimiento: surgieron procesos fotográficos que permitían realizar exposiciones (tomas) de fracciones de segundo. Así nació el cine, surgido oficialmente con el cinematógrafo de los hermanos Lumière, que realizó su primera presentación el 28 de diciembre de 1895. Consiste en la proyección en una pantalla de 20 a 30 fotografías por segundo, consiguiendo que nuestro cerebro —al no poder procesar tanta información de forma aislada— termine por enlazar las imágenes que presentan un sutil cambio con respecto a su antecesora (principio de persistencia).

El cine, al igual que la fotografía de la que proviene, modifica nuevamente la percepción de la imagen y de la realidad, pues su espectador atónito no era capaz de diferenciarlo del mundo real, como lo comprueba la famosa anécdota que cuenta que durante una de las primeras proyecciones de los hermanos Lumière se mostraba al público un documental en el que una locomotora se dirigía hacia la cámara fotográfica. Dicha insólita secuencia de imágenes provocó pánico entre los asistentes, que salieron despavoridos ante la idea de ser embestidos por el tren.

Al analizar el papel de la imagen en nuestras sociedades, el cine es sin duda un elemento muy importante, aunque por los objetivos de mi estudio no le dedicaré más atención. Pero es necesario apuntar que el cine es, sin duda, el mejor arte ilusionista, pues cumple a cabalidad la sentencia antes mencionada al hablar de la fotografía: se puede ser consciente de estar frente a una ficción, se puede saber que lo que se percibe no es cierto... pero pudiera serlo.

El cine, como todo nuevo arte, actualiza los referentes, esquemas o expectativas del hombre no sólo frente a la imagen, su sentido de realismo y de veracidad, sino que también modifica la interpretación del mundo. Algunas de sus ficciones cumplen magistralmente con la ambición de la tragedia griega: representar el mundo mediante la idealización de los mejores seres de nuestra especie en acción. Es así que algunas ficciones ahí contadas, aunque seamos conscientes de que no ocurrieron realmente, forman ya parte de la historia del hombre.

En cierto sentido, el cine comparte lo mencionado respecto a la fotografía y, no obstante sus diferencias, podemos fácilmente concebir a uno como evolución técnica del otro. Sin embargo, es indispensable mencionar que el cine va más allá de la fotografía, pues también supo amalgamarse con otros géneros como el teatro. El cine lleva en su sangre el poder de la narrativa, de la oratoria, de la tragedia y otras expresiones artísticas que le confieren su fuerza y poder de recreación de la experiencia estética.



Caballos "annie-g" a galope, Eadweard Muybridge

Hombres caminando con un peso de 35kg sobre el hombro derecho, Eadweard Muybridge



Bahia de Wainiha, rivierra norte de la isla de Kauai Hawaii, Ansel Adams



Praga, agosto 1968, Josef Koudelka

La imagen y los medios digitales

Paralelamente a la fotografía, el cine y las demás formas de crear imágenes, siguieron desarrollándose instrumentos, herramientas, técnicas y tecnologías con el fin de perfeccionar o enriquecer la producción de imágenes. “Esta sofisticada tecnologización de la producción icónica ha acabado por dibujar la nueva actividad del Imagineering (imaginerización), neologismo que funde los vocablos image (imagen) y engineering (ingeniería).” (Gubern, 1999: 133.)

El siguiente salto en la imagen provino de donde no se esperaba, pues la tecnología que lo propició no fue desarrollada pensando en la imagen. Nos referimos a la computadora y la consiguiente era digital.

La evolución de esta herramienta fue paulatina y su paternidad no se le puede atribuir a una sola persona o pequeño grupo. Sus orígenes pueden ubicarse hasta tiempos muy antiguos, por lo que nos conformaremos con un breve rastreo: En 1941, la computadora Z3 fue creada por Konrad Zuse: fue la primera máquina programable y completamente automatizable. En 1953, el matemático inglés Alan Turing (1912-1954) crea su famosa máquina abstracta: “la máquina de Turing es una caja negra (tan simple como una máquina de escribir y tan compleja como un ser humano) capaz no sólo de leer y escribir un alfabeto de símbolos infinito a partir de una cantidad finita pero muy grande de cinta de papel, sino de modificar su propia configuración o ‘estado mental’” (Chimal, 1999: 28). La creación de esta máquina fue concretada con los trabajos de John von Neumann (1903-1957) quien proveyó el diseño y anexó el concepto de memoria dentro del funcionamiento de esta máquina creada para realizar cálculos. En 1962, Iván Sutherland (del MIT, Instituto Tecnológico de Massachusetts) creó los primeros programas gráficos que permiten al usuario realizar dibujos interactivamente con un computador.

En los albores de la computación, ésta permaneció hermética y destinada a una élite muy pequeña de conocedores (ingenieros), que eran las únicas personas con los suficientes conocimientos técnicos necesarios para entenderla y manejarla. Pero en 1984 las cosas comienzan a cambiar con el arribo de la Macintosh 128K de Apple. Lo innovador de esta computadora fue su sistema operativo, Mac OS, el cual introduce la interfaz gráfica ideada en Xerox, que a través de una “metáfora instrumental” permitía al usuario no experto comunicarse con la computadora de manera satisfactoria.

Producto de esta invención y su masificación, la imagen comienza a transformarse, dejando de ser enteramente analógica, para comenzar a existir de forma digital, a manera de imágenes vectoriales. Un vector es una posición o coordenada dentro de un espacio cartesiano compuesto de los ejes X, Y, Z; es la unidad fundamental de un gráfico continuo, es decir, una imagen que está creada por valores matemáticos que son interpretados por un software que genera una imagen compuesta de valores divisibles de punto flotante (decimales). Las imágenes vectoriales son trazos similares a los hechos con un lápiz, que forman figuras libres o poligonales, pueden agruparse, duplicarse, reproducirse, colorearse, aplicarles patrones de textura etc., mediante ecuaciones algorítmicas.

Las primeras imágenes creadas en una computadora eran figuras simples, en general gráficas destinadas a mostrar visualmente valores matemáticos, de cualidades expresivas y estéticas muy limitadas. Esas imágenes fueron evolucionando y haciéndose más complejas, sobre todo al ser complementadas con la inclusión del pixel, que comúnmente es el resultado de la digitalización (conversión a dígitos) de alguna imagen u objeto del mundo análogo.

El pixel es la unidad mínima de los gráficos discretos. Tanto el pixel como el vector son unidades en dos dimensiones, que cuando ocupan el eje Z se convierten en boxel y polígono, respectivamente (Kerlow y Rosebush, 1996: 22).

Con el arribo de la computación o, más específicamente, de la digitalización en la producción de imágenes, entraron nuevos juicios o puntos de análisis, debido a que la creación de una imagen de forma digital se sujeta a la unidad básica del lenguaje computarizado conocido como sistema

binario. Éste consta de dos estados, uno opuesto al otro, que pueden ser entendidos como lleno y vacío, positivo y negativo, izquierda y derecha, conectado y desconectado, etc., y se les asignan los valores de 1 y 0. A pesar de las limitantes que a primera vista podría suponer la limitación de poseer sólo dos alternativas, el sistema binario es más amplio de lo que parece, y constituye unidades de significación más vastas que lo elevan al nivel de lenguaje. De esta manera, la producción infográfica de imágenes o producción digital tiene como elementos primordiales al pixel y/o al vector, ambos pueden ser entendidos en términos de 1 y 0, pero su unidad significativa es más grande.

Debe añadirse inmediatamente que el pixel es una unidad de información y no una unidad de significación y debido a esta condición meramente perceptiva y presemiótica, resulta homologable a la línea horizontal que constituye la imagen en la pantalla del televisor. Pero un grupo orgánico de pixeles puede configurar una unidad semiótica si aparecen investidos de un valor semántico (Gubern, 1999: 139).

Lo anterior refiere que en las imágenes infográficas⁶ el valor semántico (significación) de la obra se encuentra en el contenido total y no en las unidades de información numérica que lo constituyen. Es decir: al igual que con los medios análogos, el valor de la imagen lo confieren los contenidos que el creador vierte sobre ella y no en la herramienta o medio de producción, el cual simplemente le asigna particularidades que le son inherentes y cuyo valor significativo sólo determina la naturaleza del medio.

Por ello, en la producción infográfica el pixel y el vector son simplemente elementos mínimos del lenguaje de la imagen digital, producto de la tecnogénesis del momento, pero que, a medida que la imagen evoluciona el medio también lo hace, sin que ello cambie los contenidos semánticos de que fue investida. Un ejemplo de esto serían los retratos producidos a finales de la década de 1980 en algunos parques de diversiones, en los que se disfrazaba al individuo a fotografiar de indio norteamericano o de vaquero, se digitalizaba su imagen para realizar sobre ella ciertas modificaciones —que podía ser únicamente la inclusión del nombre del retratado— y que posteriormente era estampado en un papel por una “rudimentaria” impresora de matriz de puntos. En esos mismos lugares, en la actualidad se continúan realizando ese tipo de imágenes, casi con las mismas características, para ser estampados por una impresora de inyección de tinta sobre papel transfer para finalmente ser colocados por impresión térmica en playeras u otro tipo de suvenires.

En ambos casos el valor semántico es el mismo y el aspecto tecnológico⁷ solo influye como particularidad del medio, mas no interfiere con el mensaje de la imagen, salvo que el análisis semiótico sea referente a las particularidades del lenguaje.

Aunque con este tránsito algunos hayan podido lamentar que el antiguo *savoir faire* del artista ha sido sustituido ahora por un *savoir calculer*. Se les puede responder, no obstante, que los fines estéticos son los mismos y que lo único que ha cambiado es el procedimiento para alcanzarlos.

Retomando los viejos postulados de Aristóteles podemos llamar al modelo lógico-matemático de la producción infográfica “la obra en potencia” y a la imagen resultante “la obra en el acto” correspondientes a las dos etapas de su modelización y su visualización (Gubern, 1999: 143).

6 El término *infografía* puede ser entendido de distintas formas, que van desde el simple trabajo técnico de creación y manipulación de imágenes en una computadora, hasta ser la palabra que engloba todas las expresiones visuales de arte, comerciales y lúdicas hechas digitalmente. Esta última es la que yo adopto como definición.

7 Entendamos tecnologías como un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas. Definición disponible en <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

La imagen infográfica o la digitalización de la imagen ha invadido casi todos los medios de producción de imágenes (cine, fotografía, TV, escultura, pintura, ilustración, etc.), pero en la mayoría de los casos la digitalización de las imágenes (píxeles) solamente ha implicado la conversión de lo análogo en digital, ya que estas imágenes digitales siguen conservando las características estéticas de sus símiles análogos. Aunque digitalmente existe la posibilidad de realizar manipulaciones sobre la imagen, ésta sigue manteniendo, mayormente, el mismo aspecto visual.

En el caso de las imágenes vectoriales existe, en mi opinión, una evolución, la cual ha sido dada por la propia evolución tecnológica de las computadoras, ya que en la medida que aparecen computadoras más potentes los gráficos vectoriales se han ido haciendo cada vez más y más complejos y han optado por la inevitable tentación del realismo. Los gráficos vectoriales tienen la particularidad de ser producto de la interpretación de cálculos matemáticos que un programa instalado en la computadora se encarga de transformar en imagen, por lo que pertenecen totalmente al medio digital. Los gráficos vectoriales van desde las simples líneas, las gráficas de datos, las tipografías con las que se escribe en cualquier computadora, gráficos 2D de tono continuo y de medios tonos, imágenes 2D en perspectiva (emulación del 3D) y gráficos 3D.

Es el ensamble de estos dos tipos de gráficos los que componen las infografías actuales. En ellas, la hibridación analógica-digital es algo por demás común, sea en el momento de creación o en el de su difusión. Sin embargo, y pese a la natural hibridación de los medios, existe un tipo de imagen generada digitalmente que ha evolucionado de una forma mayormente autónoma, muy ligada a las posibilidades expresivas de la tecnología que la crea: la imagen de los videojuegos.

Los nuevos videos juegos son un reflejo fiel de la evolución tecnológica de su medio. Los elementos gráficos allí presentados siempre están sujetos a las posibilidades tecnológicas (velocidad de procesamiento, memoria, rendimiento, programación), por lo que las imágenes generadas para cada juego tuvieron que adaptarse. Con ello se fue creando, de manera tal vez inconsciente, una estética propia distante del realismo de la imagen análoga exterior, y que tampoco se asemejaba a sus símiles pictóricos o de otras técnicas figurativas no realistas.

La estética de los primeros videojuegos fue el reflejo de un trabajo frente a la limitación, por lo que las soluciones que se crearon fueron producto del ingenio por adaptar la imagen a las precariedades existentes en materia de representación visual. Pese a las limitaciones iniciales, la estética generada fue de un alto poder simbólico, que penetró fuertemente en las sociedades de la época: Pacman, Mario, Sonic the Hedgehog, Ken, entre otros, son todos ellos personajes estelares de los videojuegos, cuyas imágenes son reconocibles por casi cualquier individuo de las sociedades occidentales actuales y que, en algunos casos, constituyen figuras de culto o emblemáticas para generaciones de niños que crecieron con ellos.

Es precisamente en este último punto donde se cumple la función de la tecnogénesis, ya que esas generaciones de niños que comenzaron a acercarse a los videojuegos hace algunos años, hoy son adultos habituados a la imagen del videojuego, a su estética, al igual que quienes siguieron y siguen en contacto con ellos, sea a través de salas de videojuegos, de consolas domésticas, computadoras o internet. Hoy los videojuegos son una muy sofisticada y redituable industria, cuyo impacto ha ido más allá de su nicho del mercado, pues con la inclusión del 3D y la emulación de la realidad en la imagen —que principalmente ha sido financiada por esta industria—, nos encontramos frente a imágenes extremadamente realistas con un poder ilusionista que engaña a los sentidos, las cuales han migrado de los videojuegos al cine, generando largometrajes significativos por el nivel de perfeccionismo y engaño de la imagen 3D generada por computadora. Tales son los casos de Matrix y The Lord of the Rings, sagas que sin duda

se convertirán en tótems del cine generado en computadoras, así como el cine de animación digital de excelsa manufactura y de amplio poder de penetración, como el de las compañías Pixar y DreamWorks.

¿Pero que caracteriza a la estética de los videojuegos? A reserva de un estudio posterior más exhaustivo, probablemente la imagen de los videojuegos (al igual que sus símiles de otras técnicas, como el grabado) se caracteriza por los recursos visuales, síntesis y esquemas empleados para cubrir los faltantes o las deficiencias del medio. Las imágenes creadas en los videojuegos sobrepasan sus limitaciones, convirtiéndose en un artefacto que sustituye funcionalmente al objeto que representan (representación). Ejemplo de lo anterior lo constituye la figura del rostro de Mario en sus primeras versiones, en las que sus facciones eran apenas visibles y eran compuestas por píxeles (cuadros de color) en las que los ojos eran un cuadro negro y la nariz un pixel saliente del cuadrado que formaba el rostro. Otro ejemplo más es el video juego Quake, mucho más avanzado y con mucha mayor calidad que Mario o Pacman, pero que aún presentaba problemas de calidad en sus personajes y escenarios pues las texturas empleadas no brindaban efectos realistas. Por ello la mayoría de los gráficos eran oscuros o subexpuestos, lo que generaba una atmósfera lúgubre muy apropiada para la temática del juego que disimulaba con eficacia las limitantes visuales. Esta inteligente forma de suplir las carencias puede ser vista como una posibilidad expresiva propias del medio (como el achurado en el grabado para generar volúmenes y luces).



Mario Bros



Sonic the Hedgehog,

En conclusión, la evolución en la estética de los videojuegos no sólo ha ido de la mano con la de su medio o tecnología, sino también ha marcado la evolución de la imagen en el contexto digital, lo que ha influido en la percepción global del mundo.

En otros ámbitos, la imagen digital se encuentra en una auténtica eclosión, en la que sin duda la publicidad y el diseño gráfico contribuyen creando la mayor parte de estas imágenes destinadas al consumo, las cuales sirven para mostrar la estética hegemónica de las sociedades neoliberales, en las que la identidad nacional se vuelve cada vez más difusa ante la apabullante difusión en los medios masivos de imágenes clonadas, imágenes que, a pesar de presentar algunos elementos distintos, su estilo visual y los esquemas empleados las vuelven tan similares que se convierten en repeticiones de otras. Otro aspecto negativo que envuelve a los medios digitales radica en el hecho de que el productor de imágenes no controla el desarrollo de su herramienta. Por el contrario, el medio digital evoluciona y crece según criterios mercantiles impuestos mayormente por los grandes consorcios, cuyo objetivo es económico y no estético. Una excepción a esta regla la constituyen las universidades y centros de experimentación y desarrollo.

Mas no todo es perverso en el universo infográfico. Mencionaré dos aportaciones fundamentales de los medios digitales:

1. Los medios digitales acercan a los realizadores de imágenes una amplia gama de herramientas y posibilidades expresivas, así como de difusión, que anteriormente hubiesen resultado sumamente costosas y por ello inaccesibles al creador promedio, pero que ahora se encuentran al alcance de una computadora personal de mediano a alto rendimiento y una conexión a internet. Gracias a esta cualidad es posible contrarrestar la fuerza de la imagen comercial retórica que se ha consolidado y apropiado de la mayoría de los espacios, cerrando las puertas a las otras imágenes. Aquí el papel del arte y de los artistas es crucial para propiciar una sana diversidad visual que contribuya al desarrollo cultural y para oponerse a la imagen comercial retórica que se vale de la estética del arte para vender sus productos, lo que genera morbosamente la idea de que el deleite se encuentra en el consumo y no en la experiencia estética por sí misma.

Debemos remarcar que los artistas no es precisamente el grupo que más ha aprovechado los medios digitales. Por el contrario, en un principio los artistas de edad avanzada se quedaron atónitos, sin saber cómo relacionarse con esta nueva herramienta, mostrando la renuencia clásica a lo nuevo. Afortunadamente esta condición ya se está revirtiendo.

2. Los medios digitales han acercado la posesión de la imagen al ciudadano promedio. Anteriormente, para poseer una copia de cualquier obra de arte, o de cualquier imagen en general, se requería una inversión monetaria que la colocaba lejos de las mayorías. La naturaleza digital de las imágenes que hoy circulan en la red permite que cualquier persona pueda apropiarse de una imagen para su deleite personal, sea una obra de arte, el retrato de algún personaje famoso, un desnudo, una publicidad, un producto etc.

Los anteriores puntos resultan de vital importancia a mi juicio, no porque la publicidad sea perversa, sino porque es necesario brindar mayor equilibrio de temas y estéticas en las imágenes difundidas. Tampoco es que anteriormente existiera el equilibrio deseado, ni que no existiese un grupo hegemónico que controlara la difusión y producción de las imágenes, sino que hoy se cuenta con un medio hasta el momento abierto que permite ganar espacios públicos de difusión, experimentación y creación, sea de manera formal o lúdica (aunque no por eso hay que dejar de considerar el problema de la saturación ya existente). Y, por último, no se trata tampoco de quemar los barcos y concentrarnos en la producción digital, sino de aprovechar esta nueva herramienta e integrarla al repertorio existente, adecuándola, en la medida de lo posible, a las necesidades particulares de cada realizador.

Para concluir este capítulo y como recapitulación debemos decir que la imagen forma parte de esta recreación de la experiencia estética, que afecta la esfera de lo sensible y que ha sido una de las principales motivaciones del humano en la construcción de lo que denominamos arte. Además nos permite apreciar un segmento del fenómeno artístico y su trascendencia dentro de la historia humana.

La imagen es una interpretación subjetiva del mundo. Nuestra especie ha buscado ver en ella una representación fiel de su realidad, pero incluso las técnicas más realistas de producción de imágenes no han podido escapar de la naturaleza fragmentaria y ficticia de la puesta en escena que significa la creación de una imagen. Y es precisamente esta imagen que se aleja de la simple copia del mundo la que nos interesa, debido a que en este ejercicio voluntario de creación y construcción se da inicio al arte y con ello la recreación de la experiencia estética de forma deliberada que, contraria al espectáculo natural, nace por la voluntad del hombre.

CAPÍTULO 2

La experiencia estética y la imagen

La experiencia estética

El hombre ha expresado a través de la imagen no sólo el mundo que lo rodea, sino también directa o indirectamente sus gustos, sus deseos, sus temores, sus creencias. Las imágenes se han convertido desde tiempos inmemorables en elementos semióticos. Son vehículos de conocimiento, de significación y comunicación, pero también son contenedoras de la sensibilidad del hombre, de sus nociones de lo bello, lo feo, lo grotesco, lo mundano y lo sublime: son contenedoras de la estética.¹ La estética como tal es un concepto reciente, mediante el cual el hombre ha englobado muchas de las cualidades de la imagen y de las artes en general. Es la belleza la que primeramente ha sido descrita e imitada por el hombre en sus imágenes. Sin embargo, no siempre se es consciente del porqué una imagen nos atrae, del porqué algunas escenas naturales o creadas generan en nosotros sensaciones de éxtasis, que grosso modo se califican como “experiencias estéticas”.

Intentar definir la experiencia estética resulta una tarea por demás complicada ya que ésta depende de los tiempos y los autores que se consulten, además de que ella misma ha sido centro de innumerables controversias entre los filósofos que han intentado analizar la estética y el arte. Ni aún con el cúmulo de la obra de varios pensadores ha sido posible llegar hoy a crear una definición única sobre ella, lo más cercano ha sido un cierto consenso respecto al tipo de análisis del que se debe echar mano para poder entender el fenómeno artístico y sus implicaciones.

Christoph Menke en su libro *Die Souveränität der Kunst* (la soberanía del arte) comenta que la reflexión moderna sobre la experiencia estética está determinada por una ambivalencia irresoluble que se manifiesta en dos tradiciones que desde el principio han regido el desarrollo teórico en este dominio. La primera ve en la experiencia estética uno de los diferentes modos de experiencia y de discurso que constituyen la razón moderna, mientras que la segunda le atribuye un potencial que trasciende la racionalidad de los otros géneros del discurso (Menke, 1993: 7).

Se puede decir que la forma en la que se concibe y analiza la experiencia estética ha pasado por dos etapas:

La primera desde la objetividad, que se caracteriza por el dominio de la metafísica como tema central del que parte el análisis de las obras de arte y de los efectos que ellas provocan en el hombre. Esta etapa comienza con Platón y Aristóteles, para quienes la premisa de las ideas y la razón se imponen al análisis de cualquier fenómeno. A ellos seguirán un vasto repertorio de influyentes pensadores como Kant, Diderot, Hegel, entre otros. Esta etapa se caracteriza por el análisis desde el exterior del arte, el cual se subordina a preceptos fundamentales como la razón, las ideas, la belleza y la objetividad.

La segunda etapa, desde la subjetividad, que es relativamente más cercana a nuestra época, surge como contrapropuesta a las teorías filosóficas que analizan al arte desde fuera de él, sin siquiera tomar en cuenta al artista. Esta segunda etapa es, en gran medida, resultado de la rebeldía de las artes modernas y actuales a los temas y cánones clásicos. Los primeros filósofos que intentan entender al arte no figurativo se encargarán lentamente de ir creando el sustento de una filosofía del arte que parte de la subjetividad, la sensibilidad, del carácter creativo del artista y de la obra de arte en sí misma. Entre estos filósofos se encuentran Michael Henry, Adorno, Ricoeur, Derrida y Dufrenne.

Ahora bien, para intentar entender el tema de la experiencia estética haremos un recorrido por la obra de ciertos autores que engloban las dos posturas antes mencionadas.

¹ La estética es la rama de la filosofía que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza. Formalmente se la ha definido también “ciencia que trata de la belleza de la teoría fundamental y filosófica del arte”.

“La imagen no es perniciosa por naturaleza [...] pero sí alimenta una inconsciente tendencia mimética” (Débray, 1995: 1), lo que deja entrever gran parte de lo que significa la primera etapa de la comprensión de la experiencia estética que producen las imágenes creadas por el arte. En ella se encuentra una primera parte en la que el autor intenta reivindicar a la imagen de un antiquísimo estigma impuesto por Platón, para quien la imagen era despreciable por su pretensión de engaño a los sentidos y con ello de la razón. A ese estigma se le puede anexar otro más impuesto por Aristóteles, para quien la imagen era un producto inferior debido a su cercanía con los trabajos manuales, que según él son muy inferiores a los intelectuales. Tanto uno como otro concentraron su análisis en el universo metafísico de las ideas y su obra influyó enormemente en la percepción del arte en occidente.

En la segunda parte de la cita de Débray observamos otra de las características de la primera etapa de la comprensión de la obra de arte, la cual busca delimitar el grado de mimetismo con la naturaleza. Esta mimesis es en primera instancia entendida como un acto de reconstrucción del mundo a partir de los mejores ejemplares o elementos que se extraen de él. Sus primeros análisis los encontramos ligados al concepto de belleza, tema que desarrollaré a continuación.

La noción de belleza es el origen de la estética. Es un concepto abstracto y subjetivo que ha estado presente en todas las culturas. Cada una de ellas ha establecido sus propios valores de belleza, por lo que es muy difícil llegar a un consenso global sobre qué es bello, pero en todas las culturas se la ha descrito como un grado superlativo, como una cualidad visual que produce un placer intenso a los sentidos.



Caza a los pájaros en los pantanos, Egiptios



Lapith pelea con un centauro, Griegos



Friese de Bonampak, Mayas

Al igual que gran parte de la filosofía de las culturas occidentales, la explicación sobre este concepto surge partir de la obra de Platón, quien establece los primeros indicios sobre la naturaleza de lo bello. “Para Platón lo bello es aquello que brilla, que atrae más, es por así decirlo el ideal vuelto visible” (Gadamer, 1992: 34).

Aristóteles, por su parte, juzga que la belleza consiste en magnitud y orden en las proporciones, tramas y aumentos deben tener una magnitud tal que resulte fácilmente retenible por la memoria. La belleza está ligada a lo bueno, dentro del concepto metafísico del orden. Sin embargo, en Aristóteles la imagen no es un ente despreciable que busca el engaño; para él, la imagen es un elemento mediante el cual el hombre reproduce e intenta entender el orden universal.

Ya en siglo XVIII, Immanuel Kant menciona en *Crítica del juicio* que “Para discernir si algo es bello o no, referimos la representación, no por el entendimiento al objeto con vistas al conocimiento, sino por la imaginación (tal vez unida al entendimiento), al sujeto y al sentimiento de agrado o desagrado

experimentado por éste”. Para Kant, lo estético no se funda en conceptos, no es cuantificable: “No puede haber ninguna regla de gusto objetiva que determine por conceptos lo que sea bello, puesto que todo juicio de esta fuente es estético, es decir, que su motivo determinante es el sentimiento del sujeto y no un concepto del objeto”. En esta definición Kant anticipa el carácter subjetivo de la estética; sin embargo, no prosigue con esta línea, sino que concentra su análisis al concepto de razón.

Para Denis Diderot (2007: 33), existen dos formas de lo bello en relación con nosotros: lo bello real y lo bello percibido, remarcando la existencia de referentes previos que cada persona tiene como expectativas o prejuicios respecto a lo que para cada uno significa lo bello. Existe, sin embargo, una indeterminación del concepto como consecuencia de la subjetividad existente en el hecho de que cada uno determina esos referentes. Lo anterior facilita, por una parte, que un objeto o sujeto satisfaga nuestras expectativas generando el placer que acompaña a la percepción de lo bello. Por otro lado, esa misma indeterminación genera la impresión de que lo bello es más una cuestión de sentimientos que de razón, lo cual en principio no sería cuestionable. Empero, fiel a la tradición que lo cobija, Diderot consideraba esto como algo inferior pues, al igual que muchos otros, partía del concepto de la idea (Platón) y de la razón (Kant) como planos metafísicos superiores a los sentimientos ligados a la carne (lo que nos hace humanos) y no al pensamiento (lo que nos acerca a los dioses). Es por esa ambigüedad en la definición de la belleza que para Diderot los juicios de belleza son mayormente relativos y por lo tanto pertenecen a la belleza percibida y no a la real. Mientras que en lo que concierne al arte, ya sea las artes teatrales o en las plásticas, encuentra en ellas lo que él llama la belleza de imitación (Diderot, 2007: 33).

Ante esta imprecisión en el juicio de la belleza Diderot encuentra como una explicación el papel desempañado por “el placer”. El placer es una sensación de confort, de agrado y/o euforia que se crea, generalmente, cuando se satisface plenamente alguna necesidad física o emocional del organismo humano. Mas la perspectiva del placer dentro de la belleza está lejos de ser la solución al dilema entre belleza de apreciación y belleza real. Los juicios personales en torno a la belleza son para Diderot un problema cuando se pretende encontrar la esencia de aquello que llamamos bello, pues se cuestiona cómo las sensaciones comunes (placer por lo bello) pueden ser producidas por seres en los que no existe ninguna cualidad física en común. ¿Qué es entonces o de donde viene ese atributo en común? “Los objetos que causan el asombro o la admiración sin producir placer no son bellos, y aquellos que causan placer, sin provocar la sorpresa o la admiración, tampoco lo son” (Diderot, 2007: 34).

En el caso de las artes, Diderot las redime de la simple copia, pues no imitan cabalmente la naturaleza, sino que producen una alteración de ella de acuerdo con modelos y cánones creados de antemano por quienes él llama “los antiguos o ancianos” (los artistas y filósofos griegos). “Lo que los Antiguos llamaban la regla, y que yo llamo el modelo ideal o la línea verdadera, ellos [los antiguos] recorrieron la naturaleza, retomando de ella y de una infinidad de individuos las partes más bellas de las cuales ellos crearían un todo” (Diderot, 2007: 40).

El valor del artista es que recrea la naturaleza más que simplemente copiarla, por lo que el artista y el arte escapan de la simpleza imitativa. Al recrear en sus ficciones la naturaleza no sólo describen el mundo sino que también lo recrean a partir de sus elementos más sublimes, como es el caso de la tragedia griega. El arte es un medio que comunica al hombre con lo sublime, con la divinidad, lo que sin duda constituye un acercamiento teológico al tema. Esta perceptiva, la que más ha sido desarrollada por los filósofos occidentales en torno al arte, aporta elementos de reflexión muy significativos, aunque, como veremos más adelante, también presenta algunos inconvenientes.

En cierto sentido, lo que Diderot y sus seguidores buscan es establecer una objetividad en el juicio de la belleza. Sin embargo, incluso Diderot no escapa a su propia crítica en relación con belleza real y la belleza percibida o relativa, pues al hablar de los rasgos fisonómicos chinos y negros los califica como “incorrecciones” (Diderot, 2007: 50). Su percepción de la belleza está evidentemente ligada al canon clásico (griego), el cual constituye una apreciación ensimismada y particular de la belleza, que por ende no constituye una universalidad.

Una postura muy similar se halla en Georg Wilhelm Friedrich Hegel, quien menciona en su Introducción a la estética que “nosotros creemos poder afirmar [...] que lo bello artístico es superior a lo bello natural, porque es un producto del espíritu. El espíritu es superior a la naturaleza, su superioridad se comunica igualmente a sus productos y, por consecuencia, al arte. Es por ello que lo bello artístico es superior a lo bello natural” (Thisse-André, 2000 : 9).

Lo bello artístico es un elemento metafísico que se sitúa por encima de lo bello natural debido a la ambigüedad del segundo. En cambio, dice Gadamer al hablar de Hegel, “lo bello artístico consiste en la unión o en la armonía perfecta de la forma y del contenido, el arte clásico, a entender el arte de los griegos, representaba a los ojos de Hegel la representación más fiel de este ideal” (Gadamer, 1992: 8).

A partir de esta lógica, el autor se propone la empresa de fundamentar una filosofía del arte que intenta delimitar los linderos de la belleza natural para así librar al arte del peso de la subjetividad que culturalmente representa la palabra belleza.

El arte debe, entonces, tener un fin distinto que el de la imitación puramente formal de aquello que existe, imitación que no puede generar más que artificios técnicos, y que no tiene nada en común con la obra de arte.

La naturaleza, la realidad son fuentes de las cuales el arte no puede prescindir. Tampoco del ideal, porque el ideal no es algo nebuloso, ni general, ni abstracto. El fin perseguido por la imitación consiste, por el contrario del arte, en reproducir los objetos de la naturaleza tal cual son, en su existencia exterior inmediata, lo que solamente satisface al acto de remembranza. Mientras que aquello que nosotros buscamos y exigimos, no es solamente la pura satisfacción de la memoria, como recuerdo directo de la vida en su totalidad, sino también del alma (Thisse-André, 2000: 31).

Esta postura de superioridad también es respaldada por Kant, para quien lo bello artístico reposa sobre la idea de la genialidad.



El nacimiento de Venus, Sandro Botticelli

Por su parte, Hans-Georg Gadamer apunta: “Nosotros estamos aún convencidos de que la determinación mayor de lo bello le viene de que sea reconocido como tal, en cualquier lugar y que sepa suscitar el consentimiento de todos. Es porque hace parte del concepto de “bello”, que nosotros sentimos como lo más natural del mundo, como aquello a propósito de quien no se puede preguntar ¿por qué nos gusta? Sin relación de utilidad alguna, sin expectativas de un provecho cualquiera, lo bello se llena a sí mismo dentro de una suerte de auto-determinación, respira la alegría que toma al manifestarse él mismo” (Gadamer, 1992: 33).

Las concepciones teológicas revisten importancia en esta primer forma de entender el arte o la experiencia estética. Tanto Platón como Aristóteles, padres de la filosofía contemporánea, se encontraban inmersos en una atmósfera teológica propia de su cultura, y de igual manera muchos de los filósofos posteriores se encuentran inmersos en el mundo occidental cristiano. En el caso del arte, se debe de pensar, además, en el papel jugado por la iglesia cristiana a lo largo de los siglos VI y VII cuando la iglesia crea la Biblia Pauperum (Biblia de los pobres), compuesta de narraciones ilustradas con las que busca acercar el evangelio a aquellos que no poseían educación. Es en este momento que el arte comienza a tener una legitimación que durará por muchos siglos. Es bajo esta perspectiva de lo sagrado como elemento de representación que el arte escapa de la simple copia, pues ahora su papel principal es el de vaso comunicante entre lo divino y la gente. El arte sacro es más que una simple copia de lo natural; retoma elementos del mundo para generar su propio universo, un universo producto de una ideología metafísica.



Es bajo esta concepción del arte y de la obra artística auspiciada por la iglesia que la fundamentación de la obra de arte como un producto único e irrepetible se expande a todas las esferas de la experiencia estética. No obstante, los artistas no pudieron ser eternamente subyugados a la ideología y a la estética impuesta por la iglesia. Y cuando el arte dejó de apegarse a estos conceptos, como es el caso de las corrientes románticas, modernas, ismos, etc., los juicios formales de belleza creados por los “antiguos” comienzan a perder validez y consenso como punto de referencia para el entendimiento de la experiencia estética.

Como parte de este rompimiento con los cánones de los antiguos se encuentra la renuncia al uso de la perspectiva central, que se había convertido en la herramienta técnica por excelencia en las artes plásticas y que sin duda había significado un gran adelanto en el afán de realismo que la iglesia necesitó para justificar su poder y realizar la reevangelización tanto de Europa como de los territorios conquistados.

Con esa renuncia, la perspectiva central pasó a ser una más de las formas de figuración empleadas por el arte, lo que preparó el terreno para que los artistas comenzaran la experimentación con formas visuales no figurativas, con lo que el dominio de la forma —otro de los cánones establecidos por los griegos— fue delegado a planos inferiores dentro de las preocupaciones visuales del artista. La forma fue sustituida por el color, por las texturas y otros elementos componentes de la plástica. La renuncia a la perspectiva central engendró una serie de expresiones más radicales en las que los temas divinos fueron excluidos, al igual que el deseo mimético del mundo, por lo que el arte viró en una dirección que lo alejó de la mirada ingenua, de su carácter didáctico y de los temas sublimes. Ahora entender el arte empezaba a parecer más un oficio de gente avezada en el tema.



Autoretrato con banda en la oreja, Vincent Van Gogh

“La pretensión del artista es poner en obra su nueva concepción del arte, a partir de la cual crea” (Gadamer, 1992: 28). Pero estas nuevas concepciones del arte generan tensiones con las expectativas generadas por la tradición, pues es sabido que la novedad causa incomodidad y desubicación.

Ahora bien, esta ruptura de los artistas con los temas clásicos y los cánones heredados generó un arte que por primera vez se concentraba enteramente en él mismo, un arte autogenerante y autorregulable. Por lo menos en teoría, el arte dejó de tener un fin más allá de la simple creación de la experiencia estética. En otras palabras, el arte ya no está al servicio de religión alguna, ya no persigue temas sublimes o divinos como fuente de justificación ni está, aparentemente, regulado por la apreciación de entes ajenos a la creación (clérigos, filósofos, mecenas, etc.). Ahora el arte habla de sí mismo, es creado por una línea de conducción ligada enteramente al artista, quien decide qué tema es digno para su obra, y que se regula por concepciones propias al artista, generalmente unidas a corrientes de pensamiento compartidas por algunos o varios de sus congéneres. Un arte libre y auténtico que quizá por primera vez amerita el término de arte, “belleza desprovista de sentido”.

Si el arte moderno reivindica los ideales de un arte puro, de una belleza auténtica, surge entonces una oposición con el arte clásico, que siempre estuvo al servicio de entidades más allá de él, pero que en contraparte es un arte más entendible y que llega mejor a cualquier público. El arte contemporáneo resulta hermético y en ocasiones inaccesible. Esta aparente división en polos opuestos ha generado numerosas polémicas y confusiones.

Sin duda el arte moderno y contemporáneo representa un gran filtro en el que, a medida que se acerca uno a sus corrientes más radicales —como el expresionismo abstracto— sólo unos cuantos logran atravesar la red sin sentirse completamente perdidos ante la ausencia de formas y referentes que indiquen el camino para apreciar la obra (ya no digamos entenderla).



Ojos en lo caliente, Jackson Pollock

Es precisamente la forma, uno de los conceptos que vienen desde la antigüedad, el que más conflictos causa ante su ausencia. Como mencioné en el capítulo anterior, el ser humano tiene una tendencia innata a identificar formas, como en el caso de las constelaciones. En este sentido, Martin Heidegger en *El origen de la obra de arte* indica que “La belleza descansa en la forma, pero sólo porque la forma se alumbró un día desde el ser como la entidad del ente. Forma y contenido, forma y materia, lo racional y lo irracional, el sujeto y el objeto” y que “La diferencia entre el arte y la belleza: el primero pertenece a la lógica y el segundo a la estética”.

Kant, por su parte, defiende la tesis según la cual “la forma sería el verdadero soporte de lo bello en la pintura. A la inversa, el color no es sino un puro estímulo, es producto de una emoción sensible, quedándose en el plano de la subjetividad y por ello no concierne a la verdadera creación artística o estética”. Revisa Gadamer: “La tesis de Kant es, sin duda, un juicio condicionado históricamente. Nosotros mismos no suscribiríamos jamás la idea de que los colores son simples efectos estimulantes. Porque nosotros sabemos que también se puede construir con los colores y que una composición no está necesariamente limitada a la forma del contorno realizado en un dibujo” (Gadamer, 1992: 48).

Las afirmaciones de Heidegger y Kant, como vemos, se inscriben en la misma corriente filosófica que sitúa al arte dentro del plano de las ideas de la metafísica. Y por ello aportan más confusiones en este supuesto antagonismo entre arte clásico versus arte moderno y/o actual.

Entonces cabe preguntarse: ¿Toda obra de arte (plástica visual) debe ser figurativa? ¿Todo arte debe ser bello? ¿Toda obra de arte debe ser entendible? ¿El espectador está obligado a entender lo que el artista quiso plasmar en su obra? ¿Es el arte moderno un arte superior a las expresiones anteriores que excluye toda concepción previa del arte? ¿El análisis del arte debe ser objetivo?

Opino que la respuesta en todos casos es negativa porque lo contrario significaría restringir unidireccionalmente los caminos, como ocurrió en cierta medida durante el largo tiempo de dominio religioso en el arte. Y hacerlo así representaría cerrar las puertas a su evolución y negar las raíces que permitieron su desarrollo.

En este punto se aprecia cómo se comenzó a generar la fractura que implicó el surgimiento de la segunda forma de apreciar y analizar la experiencia estética y el arte.

Gadamer, como espectador del arte de su tiempo, intenta comprender las nuevas manifestaciones del arte y conciliarlas con la concepción filosófica clásica pese a las contradicciones que plantean a la estructura heredada por el arte clásico y por el pensamiento filosófico en torno al arte y la estética. Atiende en particular al “caos” creado por el “anti-arte”, como las obras de Marcel Duchamp, quien al extraer un objeto de uso corriente, aislándolo y descontextualizándolo para después redimirlo como obra de arte, genera una suerte de shock estético. Duchamp, a los ojos de Gadamer, hace el descubrimiento de un elemento que condiciona la experiencia estética, poniendo en jaque toda concepción previa y todo medio aportado por la estética clásica. Este descubrimiento podemos entenderlo como una reivindicación del papel indispensable del artista (creador) en el arte.

Es decir, Duchamp —y otros—, al cuestionar la vieja concepción de arte-obra (objeto) sustituyéndola por la de arte-artista (creador), no sólo se apropian del papel principal en el arte, sino que asumen que es su propia voluntad creadora la que genera el arte y no las ideas, la razón, los dioses. Al mismo tiempo, toman el control de los temas expuestos en el arte, retirándole la primacía absoluta a la belleza y lo sacro.

De cara al uso experimental al que se somete el arte de su época, Gadamer recurre a una búsqueda de la esencia humana en los orígenes a fin de encontrar los indicios que ayuden clarificar el conflicto. Para ello, como él mismo menciona, hay que regresar a las experiencias humanas fundamentales y más profundas, lo que constituye una base antropológica de nuestra experiencia del arte: “el juego, el símbolo y la fiesta” (Gadamer, 1992: 43).

Bajo el concepto de juego, Gadamer indica que en el arte moderno el espectador forma parte del momento de creación artística, que se inscribe en una suerte de juego entre el artista y su espectador, pues el arte moderno en cierta medida renuncia a ese estado mítico y divino del que lo investió la religión (y a mi juicio la filosofía misma). En este juego propuesto por el artista, el espectador que así lo decida participa en un proceso de reflexión y de construcción, si no forzosamente del sentido, sí de la experiencia estética. La reflexión forma parte fundamental de las obras modernas. “Lo que ello significa yo lo resumo explicando la exigencia que la motiva: Nos es necesario aprender a leer las obras de arte clásico, aun las mismas obras que nos son familiares, porque están cargadas de significaciones provenientes de contenidos elaborados por las tradiciones. Pero leer no es solamente deletrear ni hacer un inventario de palabras unas después de las otras, sino que significa ante todo efectuar un movimiento hermenéutico orientado por la expectativa de un sentido de totalidad. Esta expectativa no es satisfecha sino hasta el final del recorrido, una vez que se tiene un sentido del conjunto a partir de cada uno de sus elementos individuales” (Gadamer, 1992: 51).

En su análisis, Gadamer también puntualiza un problema al que se enfrenta todo espectador al contemplar una obra de arte, el cual radica en la necesidad casi imperiosa de reconocer o de interpretar ese algo que se ve en la obra como algo existente en el mundo. Esta búsqueda puede no generar conflicto en el arte clásico, pero en algunas de las obras de arte contemporáneas puede ser una gran limitante, dada la ausencia práctica de referente en corrientes como el expresionismo abstracto. Lo anterior es identificado como una situación crítica en el arte moderno debido a la indeterminación con la que llena su función referencial, lo que nos obliga a tomar conciencia de la forma característica que como espectadores tenemos de significar lo que está frente a nuestra mirada.

Por otro lado, esta misma indeterminación la encuentran los filósofos al intentar definir lo bello en la naturaleza, lo que los ha llevado a pensar que, bajo un análisis más profundo, esta belleza sólo puede ser juzgada y vista a través de los ojos de un hombre depositario de una experiencia, tradición y cultura artística ya que, a juicio de Hegel, es el ojo del artista el que nos enseña a apreciar lo bello que hay en la naturaleza.

En otras palabras, por un lado el espectador de la obra de arte siente la necesidad de identificar en ella elementos de la naturaleza, de preferencia elementos que él juzga bellos, y sus parámetros para establecer dicho juicio provienen de la tradición artística a la que culturalmente ha sido sometido. Por otro lado, ante la ausencia o la incapacidad de encontrar referentes identificables, el espectador se siente defraudado, negándose prematuramente a la posibilidad de que la obra expanda su horizonte visual y sus parámetros en torno al arte.

Ante dicha contradicción y problemas generados por la ambigüedad en la función referencial, Gadamer introduce el concepto de símbolo para encontrar una salida pertinente. El símbolo es aquello que nos permite identificar en algo o alguien un conocimiento o conocido anterior.

El símbolo en la obra de arte es un componente importantísimo de la función referencial que Gadamer también llama función de reenvío, en la cual lo que la obra reenvía para su espectador es algo que no se da inmediatamente en el entendimiento ni en la comprensión, sino que generará una experiencia que tendrá que ser interpretada y entendida en su totalidad en un momento ulterior. Los símbolos que son contenidos en una obra de arte forman parte de ese todo (hollom) y son los componentes de la actividad creadora del artista, que no se limita a mostrar de forma mimética el mundo que lo rodea, sino que genera su propia interpretación a partir de la reinención, por así decirlo, del mundo exterior mediante una ficción llamada arte. Paul Ricoeur llama “metaforizar” a este mismo proceso, Heidegger lo denomina “deconstrucción”. Por ello el arte, sin importar su nivel figurativo, sigue funcionando como transmisor y mentor de los valores estéticos del mundo dentro y fuera de la sociedad en la que se crea, pues su función no radica en describir taxonómicamente el mundo y lo bello en él, sino que su valor radica en generar experiencias estéticas posibles que transmiten los valores estéticos que el artista propone en su obra. Gadamer apunta que “la experiencia de lo bello, más en concreto, de lo bello en el arte, consiste en evocar un orden integral posible, sin importar cual sea su naturaleza” (Gadamer, 1992: 57).

La visión de la obra de arte como un ente simbólico, según la perspectiva filosófica antes mencionada, concilia a las obras de arte contemporáneas con las expectativas que se tienen de la función referencial de la obra, la gran parte de ellas provenientes del arte clásico. El arte tal vez ya no muestra el mundo de forma mimética o figurativa y, sin embargo, sigue conteniendo símbolos que nos remiten a un orden posible en el que la experiencia estética se recrea con el único fin de ser arte. He aquí la fractura que el arte moderno y actual presenta no sólo con las artes clásicas sino también con las artesanías y con las imágenes creadas por la publicidad y el diseño gráfico.

Para Gadamer el arte, a diferencia de la artesanía y los objetos producidos por la industria, constituye una pieza única, irreplicable, cuya belleza proviene de sí misma, y su único objetivo es la recreación de la experiencia estética. La artesanía es una pieza producida con fines funcionales, tiene un carácter utilitario; algunas de ellas constituyen también piezas únicas, pero dada su función utilitaria se les degrada a un segundo término, pues la belleza de la obra —la estética— no es su razón de ser. Por su parte, los objetos de la industria —entre ellos las imágenes publicitarias— son producidos en volumen; sus especificaciones, características y técnica obedecen principalmente a estándares impuestos al creador en aras de maximizar la producción y las ganancias que resulten de ella; si bien muchos de estos productos persiguen un fin estético (belleza), éste sólo es un pastiche o un anzuelo para despertar el deseo de consumo mas no la recreación de la experiencia estética. Las artesanías y los objetos de la industria, a diferencia de las obras de arte, son reemplazables y perecederos.

Si bien lo antes descrito entra en el consenso de la mayoría de las personas implicadas en el arte, cabe subrayar que al menos en la perspectiva de Gadamer esta división de fronteras puede constituir una trampa para el análisis de las posibles futuras expresiones del arte, ya que no toma en cuenta la evolución artística al hacer una división que puede ser tajante y excluyente, y que no prevé ni permite el desarrollo mismo de los medios de expresión empleados por el artista. Ya el mismo filósofo alemán advierte que “Las fotografías y los discos son reproducciones que no constituyen representaciones. La reproducción como tal no contiene nada de ese evento único que distingue a una obra de arte. Esto mismo vale para aquel disco en el que se encuentra reproducido el evento único de una ‘interpretación’, es decir: el disco sigue siendo en sí mismo una reproducción. Si yo encuentro una mejor reproducción, yo reemplazaría la antigua por la nueva. Si ella desaparece...” (Gadamer, 1992: 61).

La postura anterior representa un problema producto de la concepción metafísica del arte, que tiene que materializarse en un objeto único e irreplicable, para que se conserve en ello lo sublime, pues no podría ser sublime algo que se repite una y otra vez en cualquier lugar. Esta idea objetual del arte ha sido cuestionada por distintos artistas (Duchamp, Warhol) ya que genera un menosprecio al creador, al cual se le degrada a un mero vehículo mediante el cual el arte se manifiesta. Por ello Duchamp arremete con sus expresiones de anti-arte como una forma de cuestionar esta idea del objeto, de la obra de arte.



Urinario, Marcel Duchamps



Sopa Campbells, Andy Warhol ▶

Si bien gran parte de los límites que Gadamer establece para diferenciar la obra de arte de los productos inferiores se fincan en el ideal de la experiencia estética, también es cierto que se niegan a la inclusión de lo nuevo, al igual que ocurre con los límites impuestos por Hegel que negaban en cierto sentido a las artes no figurativas. Esta idea de la pieza única, de valor irreplicable, producto del genio del artista, parece estar más concentrada en el objeto que en el acto creador, y es por ello que niega de forma injustificada la categoría de arte a disciplinas como la fotografía, el grabado, el cine, el video, los medios digitales y otros más, ya que la excesiva preocupación por el valor único de la obra parece imponerse a la capacidad creadora del artista, que es el origen del arte.

Por último, mencionaré que resulta muy difuso saber qué tanta influencia ejerce la lógica de los coleccionistas dentro de esta concepción del arte como pieza única e irreplicable. Muchos de ellos son o fueron mecenas conocidos y respetables en el círculo del arte clásico que buscan atesorar piezas únicas y raras para asignarles un valor económico de reventa. Es claro que esta perspectiva de la obra de arte ha sido puesta en jaque por las disciplinas en las que la reproductibilidad de la obra no constituye una complicación que delimite el número de ejemplares ya que, por el contrario, su naturaleza facilita su producción masiva (y en los medios digitales con una calidad igual a la de su original).

La experiencia estética desde la subjetividad

Regresando a las visiones del arte según la filosofía, parece ser que la concepción metafísica del arte defendida por la mayoría de filósofos clásicos constituye un problema para abordar las nuevas artes. Uno tras otro, los filósofos se aglutinan enmendando la plana del anterior cuando su postura se traba o se contradice, lo que por sí mismo no constituye ningún problema real, pues esta tradición de enmendar y ampliar las ideas ajenas ha constituido la evolución del pensamiento humano. Sin embargo, en dicho ejercicio evolutivo, es menester adquirir conciencia de que las ideas del otro pueden llevar a un callejón sin salida y de que esas ideas pueden partir de un problema de análisis que debe ser corregido. Por desgracia, cuando este problema radica en el origen —que, como se puede apreciar, se basa en el menosprecio de la capacidad creadora, de la sensibilidad del artista, de su talento para recrear y generar experiencias posibles, y que son soslayadas o pasadas a un segundo término en aras de sustentar el ideal platónico— los análisis clásicos de la obra de arte se fracturan ante lo endeble de un andamiaje ideológico que no fue creado para entender el arte sino para moldearlo de acuerdo con ideales metafísicos, lo que acarrea las incongruencias e incapacidades de dicha estructura para amoldarse a la evolución del arte.

El problema anterior es identificado por algunos filósofos como Michel Henry. Sus reflexiones se dirigen más a modificar los modelos filosóficos heredados, mas dichas correcciones reencausan las posiciones filosóficas en torno al arte pues los viejos postulados presentan contradicciones intrínsecas que, sin embargo, su propia evolución posibilita el nacimiento de teorías nuevas que las corrigen o modifican. Al respecto la autora Gabrielle Dufour-Kowalska (1996: 15) hace un recorrido a través de los principales filósofos a fin de poner en valor la obra de Michel Henry y su contribución para el entendimiento del arte. Para dicha autora, la sensibilidad no es un mero carácter contingente o secundario: representa la esencia misma del arte y una condición indispensable de la reflexión artística. La autora denuncia que para la mayoría de los filósofos clásicos la creación artística es una actividad secundaria a la que se confieren poderes metafísicos, es decir, que para los filósofos clásicos la capacidad creadora del artista se debe más a una iluminación divina que a un atributo de su creador.

La génesis de problema, como ya se mencionó anteriormente, se encuentra en la filosofía de Platón, para quien “El conocimiento es otra cosa que la sensación” (Dufour-Kowalska, 1996: 18). Todo entendimiento y creación del hombre se encuentran ligados a la esfera del pensamiento, de las ideas, del orden superior creado por los dioses, mientras que las emociones son productos secundarios, inferiores, que son propias de nuestra característica imperfecta de seres humanos. La carne, el cuerpo, sus necesidades y sus pasiones no son dignos del plano supremo de las ideas. La imaginación,

por su lado es propia del mundo de las ideas y, como la imaginación es la musa creadora, todo arte está ligado a las ideas. “El pensamiento no es esencialmente diferente de la imaginación... Una sola y misma estructura determina las unas y las otras. Ella es la condición última de la dialéctica ascendente, que eleva el alma mas allá de el mundo sensible hacia lo inteligible” (Dufour-Kowalska, 1996: 29).

Gabrielle Dufour-Kowalska también nos acerca a otro de los grandes filósofos, Immanuel Kant, que en *La crítica del juicio*, pese a que en lo general concuerda con Platón en la forma de entender el arte, aporta reflexiones que reivindican el papel de la subjetividad como elemento intrínseco del juicio. Para Kant, la distinción entre “aquello que causa placer” (*Vergnügt*) y “eso que place simplemente” —entre lo agradable y lo bello— significa la división en el concepto de placer entre sus aspectos subjetivo y objetivo. Es con esta división que Kant mete en su justo valor la naturaleza profunda del placer como un sentimiento, de su esencia afectiva y su encadenamiento con la subjetividad.

Dufour-Kowalska apunta que “La definición de Kant es perfectamente correcta: el sentimiento (*gefühl*) es ‘aquello que debe quedar en lo subjetivo y que no puede de ninguna manera constituir una representación de un objeto’” (Dufour-Kowalska, 1996: 115). Todo sentimiento está ligado a la esfera de la sensibilidad; por ello, intentar entender al arte mediante el concepto metafísico de la idea, que está ligada a la objetividad y a la representación de los objetos, constituye una negación al carácter profundo de la sensibilidad y la subjetividad del arte. En este punto, si se retoma la analogía con la obra de Gadamer, a la que me referí anteriormente, nos daremos cuenta que cuando Gadamer señala la existencia de la figura del simbolismo como elemento determinante para la interpretación del arte, dicho filósofo está construyendo un andamiaje que le permite precisamente sortear el hecho de que en el arte moderno existe en ocasiones una ausencia de objetividad, una carencia del objeto como tal, dada su naturaleza subjetiva. El problema con lo escrito por Gadamer radica en que cuando expresiones del arte actual, como la fotografía, ponen en jaque la concepción de pieza única (objeto), se niega a conferirle a esas obras el título de arte.

Prosiguiendo con el libro de Dufour-Kowalska, la autora habla acerca de la obra de Michel Henry, filósofo creador de la fenomenológica material, quien se aleja de la concepción clásica del arte para crear una fundamentación diferente, en la que autores como Kandinsky, Schopenhauer, Husserl y otros adquieren un carácter más relevante dada su postura entorno a la sensibilidad. Para Michel Henry el arte está ligado a la sensibilidad y no a la idea, todo arte es producto de la experiencia vivida ligada a la materia, a la subjetividad de la que se genera su conocimiento del mundo a través de la experiencia. Henri critica el idealismo occidental producto de las filosofías que superponen la forma a la materia, para él “a la forma vacía de experiencia, a la objetividad pura, se le conceden privilegios ontológicos inauditos —el ser y el logos— que le son negados al hecho real y primitivo, sin el cual el sujeto no puede encontrar ningún objeto” (Dufour-Kowalska, 1996: 151).

Henry prosigue: “No es la conciencia reflexiva la que acompaña originalmente nuestras experiencias, sino el sentir quien nos las hace probar, y es él —y no la conciencia de sí mismo— quien especifica la realidad humana y la designa como una subjetividad radical... La conciencia ‘material’ es, por así decirlo, sensible y afectiva, es ella la auténtica ‘transcendental’ sobre la cual reposa todo conocimiento” (Dufour-Kowalska, 1996: 152).

Michel Henry también hace una crítica feroz al racionalismo imperante en la cultura europea de su época, al cual juzga de pretender abrogar toda razón distinta de la suya, denunciando el intento de las llamadas ciencias exactas por descartar la subjetividad intrínseca en el conocimiento humano, llevando a las sociedades a una crisis espiritual. Su crítica se dirige a la ideología dominante, no al saber científico sino al dogmatismo de los que pretenden expropiar la verdad, definiendo a las ciencias como el único saber posible dentro de la cultura. La cultura no se reduce al mundo ideal de sus visiones y sus concepciones sino que es creada por la subjetividad de las distintas formas de pensar y del hacer humano.

En este mismo tenor, el arte para Henry no se reduce al mundo de la estética, ese de las obras de arte, sino al ensamble de nuestras acciones en el mundo, del que la creación artística forma parte.

El arte se finca en la subjetividad, al contrario de las ciencias (objetividad), es esta característica del arte la que lo sitúa en el corazón de la cultura y de la realidad; el saber objetivo, por el contrario, se sitúa en la esfera de la irrealidad. Esta misma lógica es defendida por Kandinsky, para quien el arte excluye por principio todo aprendizaje científico de la realidad que le es propia y que, apoyándose en la obra filosófica de Henry, lo lleva a descartar cualquier interpelación objetivista del arte.

Michel Henry también denuncia el academicismo que intenta reducir un cuadro (obra de arte) a sus aspectos exteriores inmediatos para imponerle enseguida un contenido objetivo. En este sentido, Marcel Brion da un ejemplo que extrae no de un crítico de arte o de un historiador, sino de un artista: “Para Schumann, en sus artículos sobre sus músicos contemporáneos ‘Subjetivo’ no significa fundado sobre sus impresiones personales —es más bien el caso de nuestros psicólogos o sociólogos que proyectan sobre las obras sus propias obsesiones intelectuales—. La interpretación subjetiva significa, por el contrario, que se apega exclusivamente a la obra, que se somete a las formas, que uno se libera a su poder de revelación” (Dufour-Kowalska, 1996: 244). Por ello, a sus ojos cualquier modelo de interpretación proveniente de una ciencia o modelo objetivo, tal como el marxismo o la psicología freudiana están condenados al fracaso, pues no comparten la naturaleza subjetiva de la obra de arte. La obra de arte tiene que ser apreciada a partir de sus propias cualidades visuales o auditivas, porque la naturaleza sensible de la obra de arte se afirma por encima de toda construcción conceptual y hermenéutica. Schopenhauer apunta al respecto: “Es necesario ponerse frente a un cuadro como frente a un príncipe, esperando que él quiera hablarles y decirles lo que le plazca; no es necesario en ningún caso tomar uno mismo la palabra, porque se corre el riesgo entonces de sólo escuchar la voz propia” (Schopenhauer, 1989: 1139).

El arte se nutre de los sentimientos: emociones, miedos, deseos, amores, odios, pulsiones y repulsiones, todo ello es la materia con la que construimos nuestros juicios estéticos y éticos y por esta razón la experiencia artística no puede ser sino subjetiva, distante de los juicios absolutos. Henry también toma en cuenta las consideraciones metafísicas en su definición del arte, al redimir la idea romántica del arte como conocimiento que hace al ser. Es a través del arte que el humano puede aprender de lo que no puede ser analizado desde la objetividad, de todo aquello que se escapa a la esfera de las ciencias exactas. “Es la tarea propia del arte de hacer visible lo invisible, de revelar aquello que se escapa al pensamiento, de conocer eso que la razón ignora, porque su objeto [de estudio y conocimiento] es por esencia la vida secreta, en ese juego verdadero al infinito de sus sufrimientos y gozos” (Dufour-Kowalska, 1996: 288).

Es ahora que se puede afirmar que los conocimientos que son develados ante la contemplación de una obra de arte, de frente a la experiencia que significa para el ser encontrarse ante su esencia y aprender de ella mediante la subjetividad, constituyen el verdadero valor de la obra de arte, y no aquellas concepciones sobre la forma, la idea, o la unicidad irrepetible de un cuadro, composición musical, teatral o cualquier otra forma de arte.

Es con esta nueva óptica respecto al arte que algunos filósofos se concentran en el análisis de la experiencia estética, dando con ello la importancia merecida a los aspectos sensible y subjetivos que todo arte manifiesta. El valor de la obra de arte está en generar las experiencias que posibilitan al humano el aprendizaje subjetivo de la vida, de su naturaleza, de sus sentimientos.

Es entonces que el papel desempeñado por el artista es fundamental y va más allá de las concepciones metafísicas que asignan el origen de la obra de arte en la exclusividad de lo divino, de lo bello, de lo sacro, pues el arte aborda en su totalidad a la vida y, por ello, lo mundano, lo grotesco y lo profano son también elementos constituyentes de la obra y generadores de conocimiento. El artista crea y recrea experiencias de vida, experiencias que aportan conocimientos que nutren al espíritu.

Es con esta perspectiva que disciplinas como la fotografía, el cine, el video, las instalaciones, los performance y todas aquellas expresiones artísticas tienen cobijo en el arte, pues lo importante no está en la técnica ni en el virtuosismo necesario para ella ni en su reproductibilidad, sino en el valor que el

artista le asigna al momento de generar una nueva experiencia estética a través de ellas. El mérito de la obra de arte recae igualmente en el artista que la crea y, cuando éste ya no está, la obra se convierte en un testimonio de lo vivido por su creador. El arte estaría más ligado a la creación, al artista, a las experiencias, y no al ideal de lo bello absoluto, al objeto que materializa el ideal, a la objetividad de la razón.

La experiencia estética contemporánea

Ahora bien, el análisis moderno de la experiencia estética se puede abordar desde dos enfoques: desde el punto de vista del espectador —siguiendo la obra de Mikel Dufrenne— y el segundo desde el del artista o creador —a partir de los textos de Malraux o Adorno.

Para Dufrenne, crear y gustar de la creación son dos comportamientos muy diferentes que raramente pueden encontrarse en el mismo individuo (Bouveresse, 1998: 73). Sin embargo, ambas experiencias no se encuentran desconectadas totalmente pues el artista se hace espectador de su obra a medida que la crea y la observa a la distancia, mientras que el espectador se puede integrar al trabajo del artista en la medida que el primero se reconoce en el segundo mediante la obra. En este sentido, Dufrenne manifiesta su empatía con el concepto de obra abierta de Umberto Eco, manifestando que en el arte moderno existe la voluntad por parte del artista de que el espectador debe aportar su propia experiencia estética para concretar la obra.

Bajo esta lógica que implica una dialéctica artista-espectador, la experiencia estética provocada por la naturaleza queda descartada del análisis hecho por Dufrenne, concentrándose entonces en el arte, donde el objeto estético puede definirse solamente en referencia a la experiencia estética que suscita y la obra de arte, por su parte, se define fuera de esta experiencia y de aquello que la provoca. Es decir, Dufrenne plantea abiertamente la existencia de dos experiencias estéticas, la del creador y la del espectador. Por tanto, no se puede limitar el análisis del arte y de las experiencias que suscita a un único análisis.

M. Haar escribe al respecto que la fenomenología aprendió a no tomar a la ligera al arte, ni a decidir sobre su rango o a juzgarlo en función de una norma de lo verdadero. La filosofía misma aprendió a respetar la autonomía de las obras, a no reducirlas ni al placer que ellas nos proporcionan ni a un contenido ideológico o simplemente cultural. La filosofía ya no trata al arte como un objeto de especulación metafísica, mas ve en él un modelo de la verdad ambigua de nuestra existencia, de nuestra relación con el mundo “Porque toda obra es en principio y final una unidad indisoluble del sentido y de lo sensible” (Bouveresse, 1998: 76).

El arte no se representa realmente sino mediante la expresión, ya que sólo se comunica con nosotros mediante la magia de lo sensible. Por ello la modernidad del arte se manifiesta como una negación y violación. El fin del arte ya no es hacer eco de lo sagrado, ni de sacar al hombre de su cotidianidad, pues no se puede vivir todo el tiempo en la belleza o en lo sublime.

Esa negación afecta no solamente a la forma tradicional en la que el espectador se relaciona con el arte, sino también con la experiencia estética misma. El espectador ya no debe de ser un ente pasivo, adoctrinado o alienado a una ideología única de lo sublime, porque el arte mismo ya no lo es. El espectador, por el contrario, participa de esta ruptura con los medios clásicos pues la obra de arte moderna hace un llamado a la subjetividad, plantea un diálogo entre iguales, y ya no entre un ente superior (dios) y sus fieles. Por tal motivo, la experiencia estética desde el espectador no puede ser la misma.

El arte contemporáneo genera un nuevo pacto artista-espectador, exigiéndole mucho más a este último, pero al mismo tiempo le otorga una libertad mayor y un lugar privilegiado en la creación de la experiencia estética. Y para que esto sea posible, la forma de crear y de percibir el arte debe de cambiar, por lo que la exigencia apunta también hacia el creador, quien ahora es el responsable del sentido o de la sensibilidad contenida en la obra, así como de establecer los puentes o canales que comuniquen su sensibilidad con la de sus espectadores.



Sicilia-1984, Josef Koudelka

La experiencia estética que el arte actual plantea no busca la verdad, sino el conocimiento; no enseña, cuestiona; no muestra, sorprende. Al respecto, Renée Bouveresse cita a J. Hersch, quien describe el verdadero problema del arte como un problema ontológico: el artista quiere hacer existir, no hacer cosas bellas; la forma estética es esta forma absoluta capaz de conferir una existencia no derivada a la obra de arte (Bouveresse, 1998: 79).

En lo que concierne a la experiencia estética desde el creador, filósofos como Adorno analizan la nueva postura de los artistas frente al arte, poniendo en evidencia la nueva voluntad del artista, la cual ya no consiste más en hacer obras de arte, sino en hacer que la vida sea un arte (Bouveresse, 1998: 305).

El mismo Adorno arremete contra la filosofía clásica diciendo que Kant y Hegel fueron los últimos pensadores que de manera abrupta podían escribir una gran estética sin comprender en nada al arte. Adorno ataca lo que él considera el prejuicio racionalista en la estética, tomando como referencia el clasicismo, que supone la victoria de la razón sin dejar lugar a elementos prerracionales y tomando el orden y la medida como elementos constitutivos de la obra de arte, insistiendo en el predominio de la razón. Todos estos conceptos que filósofos e instituciones se encargaron de imponer al pretender analizar el arte clásico griego, que al mismo tiempo impusieron como medida y referente para todo arte posterior.

Adorno concluye que las obras clásicas no son evaluadas como obras de arte, sino como objetos que no tienen más que un valor para el consumidor. La industria de la cultura creó una distancia entre el hombre y el arte clásico y provocó con ello la pérdida de la significación del arte griego.

La tendencia antirracionalista de Adorno refuta la idea de que el arte deba realizar significación alguna, negando que en algún momento de la historia del arte dicha significación haya tenido lugar (Bouveresse, 1998: 306). Esta postura de Adorno es la base de lo que se conoce como la estética negativa.

Por su parte, Malraux debate las ideas que ligan al arte con la representación de la naturaleza. Para él, existe una fuerte rivalidad entre el artista y la naturaleza. Su estética es una estética de la creación, “los grandes artistas no son los transcritores del mundo, sino sus rivales” (Bouveresse, 1998: 65). Para él, las corrientes expresionistas que menosprecian la realidad objetiva son el mejor ejemplo del nuevo arte en el que el artista realmente crea.

Un punto remarcable en la filosofía de Malraux se encuentra en su concepción del arte como una forma mediante la cual el hombre se escapa no solamente de su realidad, sino del mundo que habita. Desde su óptica, el arte crea un mundo imaginario o transfigurado que se convierte de cierta forma en la negación del mundo real. Por ello no puede existir la supuesta objetividad y verdad que los filósofos clásicos buscaban en el arte. Por el contrario: para él, la pintura se libera del peso de la objetividad gracias a la fotografía. Desde ese momento ya no tiene que restringirse a la representación, sino avocarse a la creación, con lo que la pintura ganó su autonomía



Coatlícue, Aztecas



Saturno devorando a uno de sus hijos, Francisco de Goya

La experiencia estética y la metáfora

Un aspecto de la experiencia estética desde la creación que resulta primordial para el tema de esta tesis es el análisis de ésta y del arte a partir de la metáfora.

El arte, en su papel de mediador e impulsor de las expresiones estéticas de una sociedad, nos permite percibir lo sensible, poniéndonos en contacto con una parte de nuestro logos a la cual difícilmente se accede por las vías de la razón, pues la creación y el entendimiento de la obra de arte nacen de la subjetividad, de una individualidad destinada a representar la generalidad de las emociones humanas, mediante la creación de ese mundo imaginario y transfigurado que nos describe Malraux. Estas ficciones que el arte crea pueden ser llamadas metáforas, las cuales son potentes agentes modeladores del conocimiento humano que sirven como elementos que ponen en común los conocimientos de lo sensible ante la discordancia de los pensamientos, es decir, como puente que comunica las subjetividades del artista y las de los espectadores de su obra.

En ese mismo sentido Paul Valéry manifiesta que toda obra de arte es una falsificación, pero al mismo tiempo una traducción. El artista traduce no palabra por palabra sino efecto producido por efecto a producir.

La metáfora, de acuerdo con la obra de Paul Ricoeur *La metáfora viva*, es un elemento fundamental de la creación de experiencias estéticas nuevas, distantes de aquellas que la naturaleza nos brinda. El artista es creador o traductor de un nuevo mundo imaginario, capaz no sólo de modificar el mundo real, sino al mismo tiempo describirlo y analizarlo mediante todos aquellos conocimientos que se escapan a la razón.

La interpretación o, en términos de Valéry, la traducción del mundo juega un papel primordial en el que se producen las experiencias estéticas nuevas, que van más allá de la copia, a lo que Paul Ricoeur asigna la categoría de metaforizar y que, de acuerdo con nuestros intereses, lo pueden ligar directamente a la creación del arte mismo. Sin embargo, como apunta Bernard Deloche, no todas las imágenes adquieren per se la categoría de arte: pese a la afirmación de “todo es arte” hecha por Ben Vautier en la década de 1970, Deloche apunta que toda experiencia sensible produce gozo, deleite estético, pero sólo el arte lo hace de forma deliberada, a diferencia del espectáculo natural o de la imagen publicitaria, por lo que clasifica el arte como la representación de lo sensible mediante el uso de un artefacto, mismos que dependen de la intención del artista (creador)” (Deloche, 2001: 49).

La intención creadora es fundamental para la comprensión del arte en las épocas recientes, como se aprecia en las citas a J. Hersch y al mismo Renée Bouveresse. En ella, el valor del arte recae más en el artista que en la obra. Es esta intención creadora la que se hace latente desde el momento que el hombre opta por ir más allá de la simple copia fiel al momento de construir una imagen, que representará su propia visión subjetiva de la estética.

Ahora bien, para el entendimiento de la metáfora, Paul Ricoeur analiza el discurso poético o metafórico (lexis poética), el cual es un discurso ligado al arte, que se relaciona mayormente con el universo de lo posible, de lo figurativo, de lo irreal y subjetivo. Este mismo discurso está plenamente ligado a la interpelación y a la bidireccionalidad que, como veremos posteriormente, se amolda al concepto de obra abierta antes mencionado.

Desde la perspectiva de Ricoeur, la subjetividad en el proceso de interpretación se finca en la representación mental del texto a partir de un todo, el hollom, que permite la creación de la mimêsis.

Este análisis es producto de un semestre de estudio en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM como parte de los cursos conjuntos de la maestría de artes plásticas y la maestría en filosofía. En él se abordó el discurso poético partiendo de la metáfora como elemento fundacional de la creación.

Para comenzar el análisis de la metáfora de acuerdo con la obra de Ricoeur, procederemos a hacer una cita que sirva de introducción al tema y a la obra del autor.

El lugar “poético” de la lexis (*La metáfora viva*)

En este apartado Paul Ricoeur analiza al discurso poético o lexis poética fincado en la metáfora viva, tomando como modelo para su análisis la tragedia griega, que él divide en seis partes (mêre) que distinguen a una tragedia de otra: la trama (mythos), los caracteres (êthê), la elocución (lexis), el pensamiento (dianoia), el espectáculo (opsis) y el canto (melopoia). Para Ricoeur, la metáfora, “aventura de la palabra”, se relaciona a través de la lexis (discurso) con la tragedia o, como se dice desde las primeras líneas, con la poética (poiêsis), del drama trágico.

A su vez, la tragedia se define por una peculiaridad, “la imitación de los hombres en acción” (Ricoeur, 2001: 55).

El *mythos* o trama que es el cuerpo de cualquier tragedia (el espectáculo, el canto y la *lexis*) constituye según este autor el medios empleado para lograr la imitación de las acciones mejores, es decir, de aquellas que representan a los seres superiores y que sirven de ejemplo para el resto de los hombres. La imitación de estas acciones mejores es el *mythos*. En cambio, la imitación de las acciones cotidianas es delegada a la comedia. Es decir, lo ocurrido a Edipo es un ejemplo para todo hombre, pues muestra con la desgracia del personaje que nadie, ni los mejores, pueden aventurarse en contra de su destino.

Sin embargo, como lo plantea nuestro autor, la imitación (*mimêsis*) plantea una serie de confusiones al entendimiento de este proceso de deconstrucción y reconstrucción de la *lexis* (discurso). El problema surge por la traducción del término griego *mimêsis* por imitación, que sin duda es un término limitado para nombrar todo el proceso *mimético* no sólo por sus alcances intrínsecos, sino por el papel limitado que le ha sido asignado por nuestra cultura al termino imitación.

Para introducirnos al significado amplio de la *mimêsis*, Ricoeur ejemplifica las diferencias de amplitud del término empleadas por Platón y Aristóteles. Mientras para el primero el campo de acción del término es ilimitado, el segundo lo limita diciendo: “De ello se deduce que no se admite más que una sola definición literal de la *mimêsis*; la que delimita su empleo al marco de las ciencias poéticas, distinto de las ciencias teóricas y prácticas. No cabe *mimêsis* mas que donde hay un ‘hacer’. No puede haber imitación en la naturaleza, puesto que, a diferencia del hacer, el principio de su movimiento es interno. Tampoco puede haber imitación de las ideas, ya que el hacer es siempre producción de una cosa singular” (Ricoeur, 2001: 58).

Toda *mimêsis* implica una referencia con lo real, pero es su dimensión creadora la que la separa de la simple copia.

Es decir, la *mimêsis* implica una reinterpretación un tanto libre de las cosas y no una simple copia o duplicación. La *mimêsis* implica una reconstrucción que nos abre a nuevas visiones de algo que en esencia es lo mismo, “el acto *mimético* está en el proceso más que en el producto”.

Regresando a la tragedia griega, el autor nos dice: “el *mythos* es la *mimêsis*. Más exactamente, la ‘construcción’ del mito constituye la *mimêsis*” (Ricoeur, 2001: 58). Además de reconstrucción de las acciones humanas, el *mythos* es una realización de ellas.

Una vez explicada la *mimêsis*, Paul Ricoeur regresa a su tema inicial y centro del libro, la metáfora. “Colocada sobre el fondo de la *mimêsis* la metáfora pierde todo carácter gratuito... La subordinación de la *Lexis* (discurso) al *mythos* coloca ya ala metáfora al servicio del «decir», del «poematizar» que se realiza no a nivel de palabra, sino de poema; a su vez la subordinación del *mythos* a la *mimêsis* proporciona al procedimiento de estilo un objetivo global, comparable al de la percusión retórica” (Ricoeur, 2001: 61).

Como podemos apreciar, el autor realza el papel de la metáfora y la lleva a un superlativo en el que ella constituye o se funda como un acto creativo que da sentido al lenguaje pero también a los productos secundarios de éste. La metáfora subordina a la comparación, a los tropos, a la metonimia, a la *sinécdoque*, etc. La *mimêsis*, desde la perspectiva de Ricoeur, escapa de la simple copia convirtiéndose en una reinterpretación o reconstrucción del mundo que, si bien para el autor no constituye una negación de éste, sí implica una suerte de creación que la coloca por encima de la simple descripción de él.

En su obra el autor clasifica a la metáfora de acuerdo con dos estados posibles: la metáfora viva y la metáfora muerta.

Para Ricoeur, la metáfora viva es informativa, novedosa, creativa, nos sorprende, nos obliga a la reflexión, al análisis y a la comprensión. El autor rastrea el inicio del lenguaje a partir de la creación de

las palabras que para él son las primeras metáforas creadas, pues “La metáfora es poner en común ante la discordancia entre un pensamiento y otro”; “El metaforizar bien, decía Aristóteles, es percibir lo semejante” (Ricoeur, 2001: 12).

En este sentido, cuando una palabra surge puede ser entendida como una metáfora que sirve de conexión entre distintos pensamientos; en la medida que se une con otras genera una auténtica vía de comunicación entre entes distintos.

Pero con el uso y el tiempo esa misma metáfora se torna muerta, se convierte en simple taxonomía del lenguaje, en sitios comunes sin ningún valor para el acto creativo. Un ejemplo de ello es la expresión “se me durmió la pierna”, que en el momento en que surgió seguramente resultó en un juego comparativo sorprendente, informativo y novedoso, pero hoy es una expresión que se encuentra hasta en el diccionario, ese cementerio de metáforas.

El ejemplo anterior conduce a la relación de las palabras convertidas en frases: en ellas se empieza a dar forma a nuestras ideas. Las metáforas primigenias (palabras) se entrelazan, crean juegos entre ellas y las frases pueden convertirse en cadenas de metáforas que en su conjunto forman una nueva metáfora. Al ir hilvanando palabras creamos frases que desarrollan las ideas, dándole cuerpo, estructura y dotando de sustancia física al discurso.

“Hay cierta gloria en no ser comprendidos”, dijo Baudelaire. En este ejemplo hay una frase que engloba una o varias ideas, cuyas palabras son metáforas por sí mismas. Pongamos el ejemplo de la palabra gloria, que es parte central de la frase, la cual engloba un concepto relativamente complejo de descifrar debido a la subjetividad que le es inherente, pues la significación del término varía de acuerdo con cada persona. En el terreno de la imagen podemos mencionar como sus equivalentes a los esquemas perceptivos, de los que hablamos en el capítulo anterior.

Ahora bien, saliendo de este primer y elemental acercamiento, nos adentraremos en los terrenos reales de la metáfora viva, en la que la intención creadora cobra un papel relevante, pues esas mismas palabras y frases que constituyen el lenguaje, a su vez pueden entrelazarse igualmente, constituyéndose como los miembros de algo más grande.

Desde el fondo de ti y arrodillado,
un niño triste, como yo, nos mira...

[Pablo Neruda, Farewell]

En este fragmento de poema su autor engloba una idea, la cual no es transmitida de forma simple, como en el lenguaje corriente. Las líneas iniciales (“Desde el fondo de ti”) generan una descripción nueva de los elementos del mundo que, como podemos apreciar, sólo son una parte de algo más complejo que posteriormente nos hará entender lo que quiere comunicarnos su autor. Y para lograr esa comprensión es necesario el uso de la interpretación personal y subjetiva del texto, por lo que no existe una sola interpretación válida. Esto permite decir que “la metáfora es argumentativa pues engloba muchas ideas”. “Desde el fondo de ti” alude, tal vez, al vientre de la mujer, que a su vez es la metáfora de la matriz de su cuerpo; esto lo podríamos considerar como una metáfora de otra metáfora; “arrodillado [posición fetal], un niño triste, como yo, nos mira”, un niño que, al igual que la persona, tal vez el padre, resiente la misma tristeza, producto de algo que no sabemos aún.

De la misma manera, un creador de imágenes puede escoger generar imágenes que serán metáforas destinadas a poner de manifiesto sus ideas de una forma creativa y novedosa, en la cual el espectador, como en este poema, generará su propia interpretación subjetiva de lo ahí contenido.

El término *lexis* es traducido por Adólphe Hatzfeld y Médébic Dufour en su libro *La poétique d' Aristote* (Lille, París, 1899) como discurso. La *lexis* es la manifestación del pensamiento, es hacer aparecer el discurso, desarrollar el pensamiento y manifestarlo con el habla o con la escritura.² El discurso es una idea general que contiene muchas ideas particulares referentes a un tema en específico, que puede ser entendido en términos comunicativos como un mensaje, y en su contenido y forma se encuentra su eficacia.

¿Qué dice sobre esto Aristóteles? Es virtud de la *lexis* “ser clara sin ser vulgar”. ¿En qué consiste esta claridad y en qué la vulgaridad? Una composición poética que fuera a la vez clara y vulgar sería precisamente la que no conste más que de palabras corrientes. Aquí radica el buen uso de la desviación. Ésta se funda en la conjunción de lo extraño y de lo noble (*semnê*). ¿Cómo no ir más lejos que esta relación? Si lo extraño y lo noble quedan unidos en una “buena metáfora” ¿no es porque la nobleza del lenguaje conviene a la grandeza de las acciones descritas? Si esta interpretación es válida (y confieso francamente que ella crea algo que no depende de la voluntad del autor, sino que es permitido por el texto y producido por la literatura), habría que preguntarse si el secreto de la metáfora, como desplazamiento de significado a nivel de palabras no consiste en la elevación del sentido a nivel de *mythos*. Si se pudiese pensar así la metáfora no sería solamente una desviación con relación al lenguaje corriente, sino, gracias a esta misma desviación, en el instrumento privilegiado de la promoción de sentido que realiza la *mimêsis* (Ricoeur, 2001: 62).

Intentaré desmenuzar la cita anterior.

Ricoeur establece que “una composición poética que fuera a la vez clara y vulgar sería precisamente la que no conste más que de palabras corrientes”, refiriéndose con ello a lugares comunes, a palabras carentes de novedad, de creatividad, a metáforas muertas, lo que en ciertos casos —como la composición poética que él que aborda— resulta poco grato: el goce de la poesía resulta precisamente de su sentido metafórico, en esa empresa maravillosa de percibir lo semejante y nombrarlo en un acto creativo que desarrolla una nueva realidad. De aquí su vínculo con las artes modernas en los términos de la experiencia estética que vimos anteriormente.

Nuevamente me serviré de la poesía como ejemplo que permite entender lo propuesto anteriormente:

De la ilusión

Escribiste en la tabla de mi corazón
Desea.
Y yo anduve días y días
Loco y aromado y triste

[Jaime Sabines]

El anterior poema ejemplifica el uso de la metáfora: las palabras son claras sin ser vulgares, generan un deleite o gozo debido a que penetran en nosotros, tocando nuestras emociones, y nos transmiten mucha más información que un simple “me enamoré de ti”.

El artista visual debe de crear una forma novedosa y clara de transmitir su sensibilidad a partir de una imagen que manifieste aquello que desea plasmar para dirigirlo principalmente a las emociones del espectador y no al entendimiento, que —si bien puede no ser excluido— constituye una parte no indispensable en el proceso de confrontación ante una obra de arte. Como ejemplo de esta cualidad puede mencionarse el cubismo, que plantea una forma totalmente novedosa, imágenes en las que

² En la Grecia antigua la *lexis* era el medio del conocimiento; algunos —como Platón— privilegiaban su expresión hablada y negaban su escritura por la temible facultad de hacer perezoso al cerebro, de reducir la memoria y la fluidez de ideas. Otros —como Aristóteles— librarían a la escritura de tan terrible estigma.

la recomposición de la forma y la ausencia de la perspectiva central sorprenden al espectador y, sin embargo, existe un grado de transparencia lúdica en la que participa el espectador para recrear el sentido subjetivo de la obra.

Continúa Ricoeur: “Aquí radica el buen uso de la desviación. Ésta se funda en la conjunción de lo extraño y de lo noble (semnê).” La desviación tiene lugar cuando a las palabras de uso corriente les damos un sentido fuera de lo común, es decir, les adjudicamos una nueva significación o las acomodamos de tal forma que en su conjunto creen una novedad, incluso si éstas no se desvían de su sentido habitual.

Dicen que el hombre no es hombre
Mientras que no oye su nombre
De labios de una mujer
Puede ser.

Esta copla pertenece al segundo tipo de desviación. En ella no encontramos ninguna palabra (metáfora) que se salga de su uso corriente, cada una por sí sola resulta totalmente entendible y simple; sin embargo, es en su conjunción que esas palabras resultan novedosas pues el contenido de ellas es el que aporta lo novedoso, lo extraño, lo noble.

Clausurada, sellada...

Clausurada, sellada,
Sola y triste y enferma,
Alta, delgada, en luto
De silencio, bella.

Quién sabe, cuando mira,
si mira o si recuerda.
(Si llora un muerto amado
o si ha matado y piensa.)

Es tan dulce, tan áspera,
tan lejana, tan cerca
de uno mismo lo mismo
que de ella.

Joven de la desgracia,
camarada, extranjera,
nadie podrá saber nunca
—tan muerta estás— cuando mueras.

[Jaime Sabines]

Este otro poema es ejemplo del primer tipo de desviación de sentido. En él se aprecia que palabras como clausurada, sellada, dulce y áspera son utilizadas para describir a una mujer a pesar de que ninguna de ellas pertenece al género humano y, no obstante, da una idea clara de cómo es esa mujer. También es posible encontrar en las artes contemporáneas ejemplos de los elementos constituyentes de la metáfora, como la desviación de sentido. Tal es el caso de la obra *Jeu d'adulte*, del grupo de artistas BGL realizada en 2003, perteneciente al Museo de Bellas Artes de Montreal. Consiste en una instalación en la que una cuatrimoto herida de muerte por flechas deja un charco de aceite en el

piso. La interpretación queda abierta para cada espectador y claramente constituye una desviación del sentido de la imagen referente a la que la mayoría de los humanos estaríamos acostumbrados (la de un venado o cualquier otro rumiante cazado por tribus indias norteamericanas).

Otro ejemplo se aprecia en Salvador Dalí, cuya obra se constituye de flagrantes desviaciones de sentido en cuanto a las deformaciones y nuevos significados que el pintor aplica a los objetos (cabellos de nubes, cuerpos que se escurren y otros elementos oníricos), en los que el sentido normal de cada uno de ellos es trastocado y llevado a un nuevo plano de irrealidad. O en la obra de Escher, con sus espacios que dislocan nuestras expectativas en torno al espacio y las formas.

Prosigamos desmenuzando. “Si se pudiese pensar así la metáfora no sería solamente una desviación con relación al lenguaje corriente, sino, gracias a esta misma desviación, en el instrumento privilegiado de la promoción de sentido que realiza la mimêsis.”



Jeu d'adulte, Groupe BGL



La mimêsis implica una interpretación hermenéutica, es el acto de representación mental del texto (entendamos por el momento texto como contenido de). Para Ricoeur, la mimêsis resulta muy importante pues “la metáfora muere si no hay quien la interprete”.

La posibilidad de interpretación que nos brinda un texto es lo que recrea el sentido metafórico del discurso. “No todo el discurso es metafórico, pero globalmente sí lo puede ser.” Ahora bien, “el carácter discursivo de la metáfora refiere a que, para entenderla, hace falta conocer todo el discurso, el contenido total, y no sólo la palabra que compara, o que manifiesta la semejanza”. Esto último introduce a un tema muy importante que más adelante veremos: el *hollom*.

Una obra de arte que no considere a su interlocutor o que busque establecerse como una verdad, como un todo cerrado, no atiende los fundamentos de la metáfora viva, ya que este tipo de obras se constituyen como elementos retóricos unidireccionales que abusan del lenguaje (oral, escrito o de la imagen) para controlar a su espectador, ya que la retórica busca ante todo el control. Lo mismo ocurre con las obras herméticas o ensimismadas que abusan de la autorreferencialidad, convirtiéndose en discursos personales (del artista) que se alejan del objetivo de la recreación de la experiencia estética.

Para Paul Ricoeur la metáfora es colocada por encima del discurso, como algo *sine qua non*, y simplemente desarrolla el sentido poético de ella, o del discurso, algo sumamente interesante para nuestro propósito: desde su visión la poética engloba a todas las artes y se aleja aun más de la concepción metafísica de la idea y de la necesidad imperiosa de la objetividad y el entendimiento que le son impuestos al arte por la filosofía clásica.

El discurso poético está ligado al lenguaje metafórico, que tiene que ver con la elocuencia. La poesía es persuasiva, se dirige a lo sensible, busca crear la catarsis, no busca la verdad, sino que llega a ella a través de la ficción. El discurso metafórico, en cuanto se compone de metáforas vivas (recién creadas, no sitios comunes) es novedoso, informativo, persuasivo, instructivo, sorprendente, pero no carga el peso de tener que ser verosímil: para que algo sea verosímil se necesitan pruebas, el arte no.

“La metáfora es el proceso retórico por el cual el discurso libera el poder que tienen ciertas ficciones de describir la realidad. Al unir así la ficción y la redescipción, restituimos en su plenitud de sentido al descubrimiento de Aristóteles en la Poética: la *poiêsis* del lenguaje procede de la conexión entre *mythos* y *mimêsis*” (Ricoeur, 2001: 12). Si tomamos como ejemplo la tragedia griega, tenemos que en ellas se describe la realidad humana a través de hechos no reales, de ficciones, de idealizaciones, en las que siempre se toma como sujeto de acción a personajes “superiores” con el fin de propiciar en su receptor la reflexión, la catarsis.

Más allá de la tragedia, la literatura recrea la realidad metaforizando en torno a ella. En Cien años de soledad, por ejemplo, Gabriel García Márquez da vida a uno de los personajes más celebres de la literatura hispanoamericana, José Arcadio Buendía, quien, como otros tantos personajes, no tiene ningún asidero con la realidad y, sin embargo, a través de ese maravilloso texto llega a nosotros una descripción muy profunda de la realidad de la sociedad colombiana de ese tiempo; termina por grabársenos en el alma, creando una catarsis que nos obliga a recomponernos.

En este mismo sentido podemos ver la obra de Siqueiros, Rivera y Orozco, quienes a partir de la idealización de una raza noble, la de los trabajadores, crearon un mundo más justo en el que la fuerza de nuestro pueblo y un ideal socialista fueron puestos en marcha para el desarrollo de nuestro país y, quizá por primera vez, sentirnos orgullosos de lo que somos, en reconciliación con el crisol de nuestra cultura.

En las artes plásticas los ismos nos enseñaron muchas formas de apreciar nuestra realidad, a partir de su reinserción mediante ficciones visuales, porque la metáfora en el momento en que es captada nos remite a la imagen; “la imagen es aquello que es verosímil, pero nunca verdadero”. Ejemplos de lo anterior lo brindan muchos maestros como Renoir, Vincent van Gogh, Pollock o Kandinsky. Y



La gran tenochtitlan, Diego Rivera



La conquista de México, Jose Clemente Orozco



Muro sur de rectoria, Ciudad Universitaria México, David Alfaro Siqueiros



El suicidio de Dorothy Hale, Frida Kahlo



Desnudo bajando la escalera, Marcel Duchamp



Amarillo, rojo, azul, Wassily Kandinsky



El guernica, Pablo Picasso



no es que en nuestra realidad veamos rostros deformados como los pintados por Picasso, pero el Guernica habla de una realidad tan desgarradora que sólo a través de la metáfora es posible digerirla sin provocar un bloqueo absoluto debido a su crudeza. Y qué decir del muralismo mexicano, que se fijó como modelo idealista de una realidad que nunca se cumplió.

Igualmente, en las artes visuales contemporáneas podemos apreciar que su lenguaje metafórico resulta cada vez más complejo. Ya no son sólo desviaciones del sentido común sino que se adentran en el auténtico terreno de la metáfora viva, en el acto fundacional de la creación de imágenes sin un vínculo con la realidad, donde es necesario hacer uso de la interpretación desde la sensibilidad y no desde la razón. Y, oh maravilla, esta interpretación es única, efímera y particular, pues depende de cada espectador.

Las imágenes de arte, en tanto su compromiso con la experiencia estética, dependen de la metáfora viva y su carácter creativo para establecer los puentes que comunican la sensibilidad del artista con la de su par en el espectador. Para lograr esta comunión, el artista debe crear obras que tengan en cuenta a su interlocutor, es decir, obras abiertas que permiten el alejamiento y la interpretación desde la subjetividad. Una obra de arte es un proyecto abierto que propone a sus espectadores participar en su conclusión. En este mismo sentido Paul Ricoeur cita a Aristóteles y nos dice “Es virtud de la lexis ‘ser clara sin ser vulgar’” (Ricoeur, 1996: 62), fijando con ello la capacidad de la metáfora de transmitir de forma innovadora sus mensajes y de permitir la fácil recodificación de sus significados sin caer en el sitio común, en lo ya visto y carente de frescura, en el pastiche que sólo retoma viejas metáforas (metáforas muertas) para envolver y disfrazar el mensaje.

En lo concerniente a la obra artística, ésta debe buscar de forma franca la recreación de la experiencia estética pura —no condicionada, como en la publicidad o el diseño gráfico—, la cual se genera ante el entendimiento de la sensibilidad que ella transmite, un entendimiento subjetivo que no busca la verdad sino el conocimiento a través de las emociones. El artista crea para ello metáforas de su mundo, ficciones que reflejan sus preocupaciones, intereses y visión del arte. Así, cada obra puede contener más de una metáfora, o bien integrarse globalmente a una más amplia construida por el conjunto de las obras de un artista, creando con ello un microuniverso sensible destinado a explorar y representar las emociones de su creador, lo que en términos de Gadamer son los simbolismos. Por lo anterior, una obra de arte también forma parte del discurso metafórico (lexis metafórica) en el que las ficciones empleadas por el artista son elementos a través de los cuales se libera el poder de la obra de arte de generar conocimiento, tal como manifiesta Michael Henry. Un conocimiento que parte desde la subjetividad, similar a la subjetividad existente en una metáfora, subjetividad presente en la mimêsis que se enlaza con el mythos, la experiencia estética que es el centro de la obra de arte.

Recordemos que toda imagen es subjetiva, pues incluso una fotografía —medio que se considera muy cercano a la realidad— no deja de ser una interpretación de esa supuesta realidad. El ejemplo clásico y sitio común al respecto es el de la foto que muestra a un policía golpeando a una persona. La fotografía sólo muestra un fragmento de los hechos, desprovisto de contexto, por lo cual la misma imagen puede servir para complementar un texto que hable de la brutalidad policiaca como para narrar el enfrentamiento entre las fuerzas del orden y una banda criminal.

La interpretación (hollom)

Los discursos, sean metafóricos o no, tienen una finalidad intersubjetiva de considerar al oyente, ya que los discursos se emiten con influencia del intérprete y del destinatario. Las metáforas surgen para ser interpretadas, y esto nos abre a una hermenéutica (interpretación), pero no a cualquier interpretación (“cada quien puede interpretar lo que quiera”), sino en una auténtica hermenéutica que permita hacer de la interpretación un vehículo de conocimiento. Para ello debemos centrarnos exclusivamente en lo que el autor dice mediante su discurso.

El discurso metafórico favorece la interpretación personal y cualquier discurso al convertirse en texto permite un alejamiento para su posterior reconstrucción en un “nuevo contexto”, pero existen

límites: “el discurso se interpreta como un todo, desde sus palabras que constituyen metáforas, sufrases que se vuelven pertinentes o no”³ y el total del discurso que se entiende mediante el hollom.

Podemos darnos cuenta de la gran cantidad de significados posibles cuando se analiza una obra. Por ello, para realmente acercarnos a un significado apegado a la obra, es necesario tener un hollom; “el todo acerca de un texto”. De lo contrario nos moveríamos en el terreno de la extrema ambigüedad.

Para entender un texto no sólo hay que entender el texto, sino también su contexto. La comprensión de un texto se da en tres partes: 1) El hollom. 2) Las preguntas y/o hipótesis que nos plantea el texto. 3) Los elementos o contenidos del texto que apoyan o comprueban las hipótesis planteadas. Entre más elementos internos apoyen la tesis primaria, más fuerte es el texto.

Para entender mejor la función o significado de un hollom daré un ejemplo de una mal interpretación de un texto o discurso causada por la inexistencia de un hollom.

Cuando en el poema 15 de los Veinte poemas de amor y una canción desesperada de Pablo Neruda se leen o escuchan las líneas “Me gusta cuando callas porque estas como ausente [...] Me gusta cuando callas y estás como distante... [...] Me gusta cuando callas porque estás como ausente...” se está recibiendo información referente a un texto o lexis. Esto forma en nuestro cerebro un referente primario acerca del contenido del discurso, que ha sido interpretado por algunos como contrario al género femenino y, por tanto, se ha pensado que el poema de Neruda es misógino. Sin embargo, con el hollom del poema podemos apreciar que la interpretación anterior es totalmente equívoca, pues el poema resulta todo lo contrario a la misoginia.

Poema 15

Me gusta cuando callas porque estás como ausente,
y me oyes desde lejos, y mi voz no te toca.
Parece que los ojos se te hubieran volado
Y parece que un beso te cerrara la boca.

Como todas las cosas están llenas de mi alma
emerges de las cosas, llena del alma mía.
Mariposa de sueño, te pareces al alma mía,
y te pareces a la palabra melancolía.

Me gusta cuando callas y estás como distante.
Y estás como quejándote, mariposa en arrullo.
Y me oyes desde lejos, y mi voz no te alcanza:
déjame que te calle con el silencio tuyo.

Déjame que te hable también con tu silencio
claro como una lámpara, simple como un anillo.
Eres como la noche, callada y constelada.
Tu silencio es de estrella, tan lejano y sencillo.

Me gusta cuando callas porque estás como ausente.
Distante y dolorosa como si hubieras muerto.
Una palabra entonces, una sonrisa bastan.
Y estoy alegre, alegre de que no sea cierto.

[Pablo Neruda]

³ Las pertinencia de las frases dependen del contexto: “El actual rey de Francia es calvo” no es pertinente pues en Francia hoy no existe monarquía.

En las artes visuales hallamos el mismo tipo de malas interpretaciones en las obras cubistas, que al surgir fueron tachadas como dibujos que cualquier niño podía realizar y algunos de sus artistas fueron tachados como malos dibujantes. Sin embargo, a medida que el tiempo permitió la justa redimensión de la obra cubista, se pudo apreciar que esta crítica carecía de fundamento, ya que lo que en un principio fue considerado por algunos como un defecto de las obras de este estilo, a la postre se convirtió precisamente en su valor como propuesta plástica.

Como ya se ha mencionado, el cubismo rompe con la tradición realista que lo antecedió mediante una actualización de los esquemas a partir de la abolición de la perspectiva central como elemento de composición y renunciando al uso de técnicas de figuración realistas. El cubismo más bien pretende mostrarnos al objeto desde todos sus ángulos de visión y para ello opta por la deconstrucción de éste en fragmentos, cada uno desde un ángulo de visión diferente que se reensambla formando un todo nuevo, carente de perspectiva única.

Al respecto Malraux, en un franco elogio al artista, exalta a Picasso como “el más grande destructor y creador de formas que la pintura occidental jamás conoció” (Bouveresse, 1998: 67) “Para poder desdibujar hay que saber primero dibujar” es una frase que se aplica perfectamente a la obra de Picasso, en quien podemos apreciar un realismo académico impecable en las obras previas a su etapa cubista. El hollom nos pide ver la obra en su conjunto, sus textos y sus contextos, en aras de generar una interpretación apegada al objeto de estudio.

“Todo discurso se produce como acontecimiento, pero sólo se comprende como sentido”, expresa Ricoeur. “Para señalar el carácter de acontecimiento del discurso, Emile Benvenise crea la expresión ‘instancia del discurso’; con ella designa ‘los actos concretos y siempre únicos por los que la lengua se actualiza en hablas por un locutor’” (Ricoeur, 2001: 96). Ricoeur remarca que el discurso, que nosotros podemos entender también como obra de arte, se produce en un momento específico y de acuerdo con un lenguaje dado, cuya comprensión es determinante antes de llevar a cabo cualquier interpretación. En el anterior poema, Neruda explota las particularidades de un lenguaje como el español para expresar en un momento dado una idea que puede estar influida o no por un cronotopo⁴ particular. Igualmente, las obras cubistas y los elementos de su lenguaje se inscriben en un marco específico que habrá de tomar en cuenta.

En otras ocasiones el hollom necesario para entender una obra se encuentra fuera de ella y es necesario apelar al contexto. Erasmo de Rotterdam decía: “La gente mala es fea”. Sin su contexto la frase parece absurda y equivocada, pues la tesis que postula por sí misma es totalmente rebatible, pero en su contexto y de acuerdo al pensamiento de la obra del autor, entendemos fea no se refiere al aspecto físico (exterior) sino al interior, a las entrañas de la gente, a sus pensamientos, a sus sentimientos, a sus actos, en los que refleja una fealdad producto de su vileza o maldad interior. Para Ricoeur, “una bella persona es buena, es un ente ético capaz de actuar por convicción y no sólo por obligación, alguien que trata a las personas como fin y no sólo como medios (ampliando el sentido del imperativo categórico kantiano)” (Ricoeur, 1996). En la frase de Erasmo se comprueba lo que Ricoeur menciona: “Una frase constituye un todo, que no se reduce a la suma de sus partes; el sentido inherente a ese todo se halla repartido en el conjunto de sus constitutivos” (Ricoeur, 2001: 96).

Según P. F. Stranson (Individualis an essay in descriptive metaphysics, Londres, 1959), “únicamente una frase tomada como un todo, es decir la intención del discurso, comporta una aplicación particular, aun cuando el predicado sea genérico: ‘una frase participa siempre del aquí y del ahora... Toda forma verbal, cualquiera que sea el idioma en que se exprese, está siempre relacionada con un cierto presente, por lo tanto con un conjunto siempre único de circunstancias, que la lengua enuncia en una morfología específica’” (Ricoeur, 2001: 101). Igualmente, obras como el urinario de Duchamp son entendibles y valoradas a partir del contexto específico en el que se produjeron.

4 *Cronotopo*: relación tiempo-espacio.

Como puede entreverse, la importancia del hollom no es particular a la lingüística, sino que es la base de la hermenéutica, que se puede aplicar a las artes —sin perder de vista que el arte nunca se interpreta como una verdad absoluta o como una significación única y absoluta—. Por el contrario, como señala Michael Henry, el arte se origina en la subjetividad y todo análisis válido tiene que partir desde la propia perspectiva del arte, es decir, sin pretender ajustarlo a modelos idealistas de un arte objetivo, en el que el intérprete es el dueño de la verdad.

Toda obra de arte participa del aquí y ahora del espectador, de la misma forma en que participó en las mismas instancias durante su proceso de creación. La obra de arte se constituye en acto comunicativo entre el artista y sus espectadores, quienes voluntariamente se someten a este ejercicio lúdico y subjetivo que es la contemplación de una obra de arte. Y es por esta razón que entre más elementos del juego conozcamos más participaremos de él, es decir, entre mejor conozcamos el texto y contexto de una obra de arte, mejor comprenderemos las intenciones del artista y lo que quiere mostrarnos en su obra.

De igual manera, la obra de arte permite el alejamiento de su espectador para que éste, en una etapa posterior, recree la experiencia del artista vertida en su obra. Recordemos que el artista hace manifiesta su finalidad intersubjetiva de considerar al posible espectador de su obra, incluyéndolo en ella, como aquel ente que la reinterpretará.

Por último, es fundamental no perder de vista el hecho de que la importancia de contemplar una obra de arte no radica en descifrar los significados de ésta, si es que existen, sino en disfrutar de la experiencia estética que nos provoca.

CAPÍTULO 3

Las galerías digitales y la experiencia estética

Las obras de arte, como se ha visto en los capítulos anteriores, se ha constituido en uno de los principales contenedores y transportadores de la experiencia estética. Su valor tal vez radica en el hecho de anticiparse, sorprender y conmover a su espectador, sea con la novedad, la sublimación, la empatía, la complicidad o convergencia entre artista y el espectador, sea mediante la creación de metáforas visuales que ponen en común las sensibilidades de ambos o, como era la visión de André Malraux, servir de escape a la realidad, como una oposición de los artistas a un mundo en el que ellos no escogieron nacer y que los ignora; un mundo al que ellos quieren sustituir por ese otro plasmado en sus obras, porque ese último es dominado por ellos (Bouveresse, 1998: 62). No obstante, cualquiera que sea la visión de la obra de arte que se adopte, yace en ella el deseo o la necesidad de comunicar al espectador la sensibilidad o preocupaciones intelectuales y plásticas de su creador, siendo tal vez este el punto central de la obra de arte.

Esta relación trinómica artista-obra-espectador por lo general no es inmediata y directa, debido a diferentes circunstancias. Más allá del hecho implícito de que la obra de arte funge de enlace entre ambos sujetos, por lo que la comunicación artista-espectador se da mediante la mediación de la obra, existe la dificultad de que ni el artista ni la obra de arte pueden comunicarse siempre directamente con sus públicos, sea por diferencias espaciales o temporales (como ocurre cuando una persona vive en un país y en una época distante a la obra y su creador).

Ante esta limitante, el hombre ha buscado diversas soluciones, que van desde las directas —como son la enajenación y coleccionismo de la obra (sea por compra, robo, saqueo, préstamo)— o la mediación de un ente externo —como museos y las galerías públicas o privadas— a las indirectas —adquisición de reproducciones, copias, representaciones e interpretaciones—. Bajo ciertas circunstancias, tanto la representación como la interpretación pueden constituirse en directas, como en las representaciones teatrales y cinematográficas, y las interpretaciones musicales hechas por una orquesta sinfónica.

Entre las formas directas o indirectas de contacto con la obra de arte, destacan a nuestros ojos la mediación hecha por los museos y galerías con las reproducciones, representaciones e interpretaciones de las obras de arte, pues en ellas se encuentra la relación entre las galerías digitales y la obra de arte que plantea esta tesis. Una relación que va más allá del simple mostrar de la reproducción: aspira más bien a generar interfaces digitales que se integren a las metáforas que componen la obra de arte que muestran, una integración que permita a dichas galerías pasar de la reproducción a la representación convirtiéndose con ello en una forma directa de contemplación de la obra de arte.

Es decir, las galerías digitales, lejos de entorpecer la experiencia estética, pueden favorecer su creación. Sin embargo, para ello es necesario modificar la forma en que convencionalmente se perciben a estos instrumentos de difusión de la obra de arte, una modificación que afecta tanto a la forma en la que se construye la galería como a la relación que ella plantea con su espectador y con su creador.

Pero antes de enfocarnos en el tema es necesario fundamentar algunos de los conceptos que serán la base teórica de la proposición, iniciando con la relación entre el museo y la experiencia estética.

Coleccionismo y museos

El arte a lo largo de su historia ha estado marcado por una idealización de lo sublime, que lleva al humano a crear los artefactos que enviste de un carácter único y superior, asignándole un valor supraordinario, que incluso en nuestros días sigue siendo la divisa común del arte institucional. Aún en épocas recientes son muchos los autores que juzgan el valor de la obra artística por su exclusividad, por su carácter irrepetible y especial, como Walter Benjamin, para quien el valor de la obra de arte pesa sobre la unicidad de su existencia, cosa que jamás se encontrará ni en la reproducción más perfecta. Para Benjamin, al analizar las obras provenientes de la antigüedad, la autenticidad de la obra de arte se funda sobre ese ritual que fue el valor de uso original y primario de la obra (Benjamin, 2008: 18).

Esta visión de la obra de arte como una pieza invaluable se puede dividir en tres aspectos básicos que están ligados a la obra u objeto: el valor teológico, el valor histórico y el valor plástico o estético expresado en ella. Estos tres aspectos pueden conjugarse en una sola pieza o manifestarse separadamente.

El primero de ellos, el valor teológico, se da en la medida en que las imágenes son concebidas con fines rituales que las ligan a la cosmovisión de la cultura en la que fue creada. Esta visión superterrenal y en ocasiones divina enviste a la obra de arte de un valor social muy importante para el núcleo en el que se suscribe dicha creencia. Ejemplo de ello son todas las pinturas, esculturas, dibujos, etc., destinados al adoctrinamiento y a la veneración por parte de las principales religiones en la historia del hombre. Una estatua de Buda, de Cristo, de Vishnu, de la Coatlicue o de cualquier otra deidad funge como un vínculo con los dioses y por tanto como una obra de valor místico invaluable que se instituye, a ojos de sus adoradores, como la representación directa de su deidad y en ocasiones como la deidad misma. Este tipo de obras son comúnmente atesoradas en templos y lugares de culto.

El segundo, el valor histórico de la obra, está ligado al carácter perecedero y evolutivo de las culturas humanas, que inevitablemente tienden a desaparecer con el paso del tiempo, dejando objetos o piezas que testifican su esplendor, su importancia y el nivel de adelanto cultural. La tradición de atesorar piezas provenientes de culturas antiguas está ligada íntimamente a cada cultura del hombre, así como los romanos atesoraban obras de los griegos, los griegos de los egipcios, o los aztecas de los teotihuacanos, etc. La estima por este tipo de objetos o reliquias crece con el paso del tiempo, de tal suerte que hoy una pieza de cerámica, vieja, rota e incompleta proveniente de las primeras dinastías chinas, egipcias, babilónicas o de cualquier gran cultura antigua, es catalogada como obra de valor incalculable e irrepetible o, en términos modernos, "patrimonio de la humanidad". Esa misma pieza pudo haber sido considerada como basura por culturas anteriores a la nuestra pero más próximas a aquella que lo produjo. Este tipo de objetos son atesorados comúnmente por hombres de ciencia, por museos de historia, por coleccionistas privados.

El tercer aspecto, el valor plástico o estético es producto del virtuosismo del creador, de su calidad técnica, de su estilo plástico, del uso o de la innovación en las formas de representación empleadas. En ejemplos de este tipo de valor podemos encontrar fácilmente los orígenes de eso que hoy llamamos arte y en la historia de sus primeros grandes maestros, cuyas obras se encuentran principalmente en museos y galerías de arte, pero también en templos, monumentos, colecciones privadas, etc.

Estos tres aspectos ligados a las obras de lo que hoy llamamos arte se manifiestan para representar la sensibilidad del hombre, creando un puente que se extiende entre lo sensible, lo excepcional, el ideal, lo ficticio y lo mundano o, dicho en otras palabras, entre lo estético y el ámbito del mostrar (es decir, lo museal) (Deloche, 2001: 25).



El cuerpo de Cristo en la tumba, Hans Holbein

Ahora bien, en el caso de las imágenes antiguas, el importante estatus que reviste a la obra es más remarcable pues no cualquiera podía producir imágenes, y la empresa que ello significaba era lo suficientemente ardua como para que se convirtiesen en privilegio de pocos, lo que las volvía únicas y despertaba con ello no sólo el deseo de posesión y de colección, sino también el del control en su producción.

Por ello, desde sus inicios las imágenes sublimes han pertenecido a los círculos de poder: emperadores, califas, sultanes, reyes, zares, sacerdotes, mercaderes, mecenas, gobernadores, burguesías, empresarios, etc. La imagen no sólo sirve para saciar la sensibilidad de sus espectadores, también cumple una función de afirmación del hombre dentro de ciertas esferas ligadas a la estética de la sociedad que las crea, así como para construir andamiajes sociales, es decir, determinar las castas y jerarquías. La imagen dice “así es, así fue, y así será”. No sólo describe, justifica. Un “así es” establece los hechos, un “así fue” legitima, y un “así será” perpetua. Es dentro de estos predicados que se circunscriben las imágenes de las familias imperiales, de los gobiernos y las religiones.

En esta misma lógica, se puede decir que la estructura actual de las grandes colecciones de las principales culturas antiguas se debe en gran medida a los deseos de particulares por poseer las imágenes o vestigios de ellas, sea como reafirmación de poder, de sublimación teocrática o bien por simple gozo y deleite sensible. La historia del coleccionismo inicia en parte con los saqueos de los conquistadores a los pueblos subyugados, como los inflingidos por los romanos a los griegos en Siracusa en el 212 a. C. y en Corinto en 146 a. C., mas esta practica del saqueo es parte indisoluble y fundamental de la relación entre los pueblos dominantes y dominados.

El último momento de grandes saqueos en la historia humana es el ocurrido durante la segunda guerra mundial, en el que los nazis se encargaron de saquear tanto a judíos, franceses y otros conquistados y que a su vez fueron nuevamente saqueados por estadounidenses y soviéticos tras derrotar a los nazis, a quienes confiscan (roban) lo robado, y de paso saquean nuevamente a los liberados.

Por otro lado, hasta épocas muy recientes los creadores siempre estuvieron totalmente al servicio de las instituciones de poder, quienes imponían temas y hasta estilos, convirtiéndose subsecuentemente en dueños de las obras creadas. Por tal motivo, se puede apuntar que los templos y castillos fueron los primeros espacios destinados a albergar las obras de arte y en consecuencia se les puede ver en cierta medida como uno de los antecedentes de lo que hoy conocemos como museos. “Coleccionismo y clase dominante se vinculan indisolublemente como un fenómeno típico de la ideología, el arte y la cultura a lo largo de los ciclos históricos” (León, 2000: 15).

Es en esta atmósfera coleccionista, que corre al paralelo del arte que surge el museo, recinto físico destinado en primera instancia a albergar y preservar las obras de arte y las colecciones privadas que anteriormente se ubicaban en las galerías o las casas de sus dueños y que, tras la muerte de éstos y el desinterés de sus herederos o un espíritu más noble, son donadas al estado para constituir los museos, espacios públicos contenedores de un patrimonio cultural. “El museo o templo delimitan una propiedad espiritual y en ese concepto sólo son figuras sublimadas de la propiedad económica” (Deloche, 2001: 70). Claro está que la travesía entre la galería privada y el museo público no fue inmediata, hubo que pasar por las fundaciones, las colecciones privadas y la fuerza del estado para generar la institución que hoy se conoce como museo.

Es a finales del siglo XVIII cuando grandes y muy importantes colecciones de arte son exhibidas al público: en Florencia el palacio de los Uffizi (1743) y en París el Museo de Louvre (1793). Un siglo más tarde nacieron el British Museum (1847), el museo del Hermitage (1852) y el Museo del Prado (1868).

Las primeras definiciones “oficiales” de un museo provienen del siglo XX, con la creación en 1947 del Consejo Internacional de Museos (ICOM por sus siglas en inglés), quien proclama que “El ICOM reconoce la cualidad de museo a toda institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, educación y deleite”. El museo es

una “institución al servicio de la sociedad, que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines amplios del saber, de salvaguardia y desarrollo del patrimonio, de educación y de cultura, los bienes representativos de la naturaleza y del hombre”.

Introducción a la teoría del museo

Junto con el surgimiento del museo, el hombre creará dos disciplinas destinadas a atenderlo y estructurarlo: la museología y la museografía.

“Mientras la museografía se limita a plantear y resolver las diversas cuestiones técnicas de conservación y presentación de las colecciones, la museología, por el contrario, es una disciplina totalmente filosófica, por mucho que los responsables institucionales quieran negarlo: disciplina de estatus aún dudoso, que estudia los fundamentos de la institución, así como los diferentes enfoques sobre su funcionamiento” (Deloche, 2001: 20).

Aurora León en su libro *El museo* expresa: “La museología es ciencia social no sólo porque produce un entendimiento dialéctico público-museo sino porque el mismo contenido del museo —el objeto— es un elemento esencialmente socializado, es decir, que el material básico de análisis procede de la realidad histórico-social” (León, 2000: 93). El análisis que el museo realiza sobre sus expósitos aporta en gran medida el conocimiento acerca del valor de la obra, su relación con el espacio, con la estructura arquitectónica y con los elementos técnicos y tecnológicos que intervienen en cierto sentido dentro de la dimensión de la obra, así como de la experiencia sensible como parte de esa relación museo-objeto.

El público juega un papel muy importante dentro de la nueva estructura del museo, así como de la diversificación y especialización de su temática. La evolución de las sociedades, de los conceptos e ideologías repercuten en la dialéctica museo-objeto-público; por ello, la museología es una disciplina en constante evolución que integra a otras áreas de investigación —como la sociología— para poder estudiar al público dentro del contexto museístico combinando la teoría y la praxis de manera empírica y académica.

Deloche indica el gran poder que tienen los museos para transformar en imagen todo aquello que penetra en su recinto como parte de lo mostrable y que, además, es elevado al rango de objeto contenedor de la sensibilidad humana y en ocasiones al rango de obra de arte (Deloche, 2001: 19).

El objeto museal, aquello digno de ser mostrado, estudiado y preservado, proviene de naturalezas muy diferentes, desde los remanentes de antiguas civilizaciones hasta los experimentos con los medios digitales, por lo que la especificidad del museo no es la misma entre uno y otro, y sus prioridades, herramientas y estudios empleados para desempeñar sus cometidos se modifican y organizan en función del objeto.

El diálogo moderno entre objeto y sujeto sigue en expansión y el museo mismo ha tenido que transformarse y adaptarse a nuevos espacios reales o virtuales. De igual forma, las reglas o usos para este diálogo se han estirado junto con sus facetas: museos digitales, museos para niños, museos especializados en una temática (museo del zapato, del holocausto, etcétera). Aunado a lo anterior, la evolución del arte mismo (instalaciones, performances, Land Art, y en general las nuevas corrientes) modifican esa dialéctica, pero la experiencia estética —el leitmotiv— permanece en el centro como elemento que se transmuta en estilos, artistas y exposiciones para asaltar al espectador.

En resumen, puede decirse que el trabajo museológico consiste en entender las relaciones de lo sensible y de lo museal con el espectador.

Por su parte, la museografía se encarga, entre otras cosas, de estudiar el coleccionismo, que en el siglo XX —debido al auge de los museos— crea la necesidad de una planificación y metodología de las

labores del museo visto como un espacio destinado a preservar objetos o expósitos con valores diversos que van desde el sentido artístico, estético, histórico, rareza, unicidad, cantidad, etc. “Pero también la museografía es un fenómeno implícito en el concepto museológico en cuanto que se presenta como una operación organizada de la estructura interna y sistematización del museo” (Deloche, 2001: 106).

En lo concerniente a los expósitos (las piezas de arte) y los museos, podemos señalar que la experiencia dialéctica entre la obra y el espectador ha pasado por muchas vicisitudes, sobre todo con algunas tendencias actuales del arte plástico, pues de manera inmediata el contemplador siente la necesidad de 1) disfrutar de la obra y 2) entenderla. El primer punto es cierto y al conseguirlo se recrea la experiencia estética. Sin embargo, el segundo parte de una premisa no siempre acertada y a veces errónea, ya que el arte y sus productos no tienen que ser descifrados, sino disfrutados e interpretados: “la participación del lector permite la construcción del sentido de la obra de arte” (Deloche, 2001: 76) —la obra abierta de la que habla Eco— y en esta dialéctica cada uno cumple su función. La obra extrae fragmentos del mundo para descontextualizarlos y reinsertarlos a fin de confrontar al espectador con su sensibilidad, con su tiempo y su contexto, por lo que podríamos decir que la obra de arte sorprende, confronta, cuestiona, arremete, hiere, consuela y deleita a todo aquel que le brinde su atención. También puede decirse que la revolución que el arte causa en las personas es consecuencia de trastocar los sentimientos y valores del hombre, removiendo sus entrañas, algo con lo que no estamos muy acostumbrados a contactar de manera consciente.

Por su parte, el espectador de la obra de arte es el encargado de dar vida a la experiencia estética, él es el poseedor de ese pulso vital único que la pieza inerte necesita para vivir. En la deconstrucción o en la simple contemplación que cada uno de nosotros hacemos de la metáfora que la obra nos presenta se encuentra el sentido, la razón de ser del trabajo del artista. Cada persona dota de características nuevas a la obra, le añade, le inventa, le simula y le descubre nuevas dimensiones. Los museos, por su parte, influyen en esta experiencia, ya que son comúnmente el medio o espacio en el que se realiza el encuentro entre arte y espectador; son los que separan o acercan a la obra con su público.

El museo se convierte entonces en el principal contenedor y expositor de los objetos que el hombre crea para ponerse en contacto con su sensibilidad. Sin embargo, aquí se abre una escisión por la naturaleza de los expósitos pues no todo lo que el museo presenta adquiere per se la categoría de obra de arte, debido a que éstas se consagran a la experiencia estética, a “mostrar lo sensible dissociándolo de toda función de comunicación o de significación, de todo uso descriptivo; en resumen, ‘enseñarnos a ver desenseñándonos a percibir’” (Deloche, 2001: 81). Algunos expósitos persiguen un fin pedagógico, comunicativo, histórico y hasta propagandístico; de ahí que el museo se torne en una institución que no sólo expone objetos sino que crea exposiciones; no sólo muestra y conserva; también estudia y, en cierto grado, crea.

La obra y el espectador

La obra de arte y su función de catalizador de la experiencia estética se puede concebir como un laboratorio que trabaja con la sensibilidad de una cultura, estirándola, encogiéndola, llevándola a terrenos que van más allá de lo convencional, que juegan y trastocan la conciencia que el hombre tiene de él mismo, debido su papel de copartícipe en la obra. Esta forma de entender la relación dialéctica arte-objeto-sujeto plantea nuevos retos obligando al museo a diversificarse en sus funciones, modelos de trabajo, espacios y formas de entenderse y definirse a sí mismo de una forma más dinámica, capaz de amoldarse a la naturaleza cambiante de sus expósitos, performances, Land Art, instalaciones, intervenciones y otras formas recientes del arte que rompen con lo tradicional y que cuestionan el objeto artístico, haciendo necesario el replanteamiento de las bases sobre las que se cimentó el museo.

La dialéctica entre la obra de arte y su espectador es a su vez un diálogo entre sensibilidades: la del autor y la del espectador. El privilegio del artista consiste en fabricar obras (imágenes, esculturas,

instalaciones, etc.) capaces de emocionar a su espectador, produciendo en éste una respuesta sensomotriz de la cual no siempre es consciente, o bien un efecto lento que necesita de un cierto tiempo de reflexión interna para manifestarse.

Una de las funciones del museo consiste en hacer posible dicho encuentro, en preparar el terreno para que obra y espectador converjan. Más aún: el museo también tiene el objetivo de propiciar y analizar las relaciones entre arte y público, entre artista y espectador, entre espacio y obra. Aquí la museología tiene su campo de acción, ya que otra de las funciones del museo —no menos importante— es la de mediar y estudiar la dialéctica arte-espectador.

Este diálogo debe ser sutil y abierto, debe permitir al espectador su plena participación a fin de recrear el sentido de obra de arte y cumplir entonces con el proyecto de obra abierta, en el que una obra nueva surge con cada espectador que la observe. El artista tiene en sus manos la difícil tarea de crear un espacio (la obra) en la que cada humano puede enfrentarse a su propia sensibilidad, un espacio en el que cada elemento comunica los sentimientos y emociones que su creador dispuso como límites y reglas de ese diálogo. El museo, en su papel de mediador, tiene la tarea de hacerlo posible.

La obra de arte es un puente que comunica las sensibilidades del artista y el espectador. El primero crea metáforas de su realidad mediante el juicio de su sensibilidad, y una vez que están listas son plasmadas en su obra. La obra abierta es una metáfora que se recrea solamente en presencia de su espectador, que necesita de éste y su sensibilidad para poder liberar el mensaje —por así llamarlo— de su autor, recreando con ello la experiencia estética.

La obra cerrada, por el contrario, es aquella que no considera a su intérprete, que no permite un alejamiento y una interpretación de ella. Es una obra fallida en la que, si bien existe una sensibilidad, la del artista, ésta se encuentra maniatada por discursos, sofismas y retóricas que se alejan del diálogo. Una obra que no transmite libremente la sensibilidad de su creador difícilmente puede llegar a la sensibilidad de su espectador.

Para Deloche, el arte actualmente se presenta como una especie de jeroglifo o pictograma, un discurso en imágenes o una pedagogía infantil, en la que lo sensible —lejos de ser mostrado por sí mismo— está sometido al orden del discurso (Deloche, 2001: 58), un discurso no poético sino retórico (en términos de Ricoeur) que —lejos de fincarse en la metáfora como elemento creador e innovador— recurre a los lugares comunes y discursos univocistas, que cancelan toda interpretación libre, perdiendo el carácter novedoso e informativo de la metáfora, que es esencial en toda obra de arte.

Los extremos de esta imagen cerrada la llevan al hermetismo, el cual por gracia o desgracia ha invadido una parte del arte actual, creando obras en las que únicamente los entendidos (en ocasiones tal vez sólo el artista y el curador) son capaces de entrar en la obra. Dichas obras son incapaces de conectar con la sensibilidad de su espectador; por el contrario, lo hacen sentir ignorante, provocándole un sentimiento de incompreensión.

Algunas de estas obras han sido producto del ensimismamiento del arte, artistas que retoman obras clásicas para burlarse de ellas, en una aparente rebeldía y confrontación con el arte institucional y que, sin embargo son mostradas en los mismos circuitos de ese arte institucional, una contradicción insostenible que ha provocado desencanto y alejamiento por parte del público.

Tal como manifiesta Juan Acha en su reflexión en torno a la pedagogía del arte en México, el artista de hoy quiere producir obras que reflejen su subjetividad o que denuncien injusticias, que propaguen sus ideales o que representen alguna belleza o dramatismo de su realidad. Son legítimas estas motivaciones, pero dejan de ser profesionales cuando no son traducidas mediante razonamientos lógicos y críticos en problemas e innovaciones plásticas. Acorralados por una idea muy individualista de libertad absoluta, los artistas pecan de voluntarismo y de desperdigamiento, previa alineación. Como resultado, son incapaces de generar obras en las que, lejos del azar, la experiencia sensible se manifieste plenamente.

Por un lado, apunta Acha, las artes tradicionales han perdido su anclaje social y, por eso, a los artistas les faltan directivas que observar o cumplir. Por otro lado, vivimos épocas con un fuerte déficit de sentidos y pocos saben qué sentido darle a las cosas (Acha, 2002: 14).

Estas ausencias y otras más contribuyen a generar obras inconexas, a las que tendríamos que retirar la categoría de arte si aplicamos la premisa de que el arte debe de recrear la experiencia estética en su espectador.

Mas no todo ha sido culpa de los artistas. También los museos han fallado en su labor de difundir, preservar y estudiar sus expósitos. El museo debe mostrar lo sensible, enseñarnos a ver desenseñándonos a percibir. El museo es el mediador entre el espectador y la obra de arte, de ahí su papel sumamente importante no sólo como preservador de la obra sino como difusor de la misma. No siempre se ha preocupado por todos los aspectos de su labor, y por años estuvo absorto en la preservación olvidando la difusión y dejando de prestar atención al público visitante.

Es innegable que por mucho tiempo los curadores y los trabajos museográficos, por lo menos en nuestro país, se han contentado con establecer una escueta cédula de la obra y a establecer una línea infranqueable de protección a la obra. Si bien no se trata de hacer de cada obra una cátedra de arte, tampoco se trata de amontonar cuadros en paredes y dejarlos a su suerte.

Este panorama se inscribe dentro de un claro desinterés por parte de los medios, organismos y autoridades competentes de la cultura y las artes. Baste mencionar los escuetos presupuestos que tienen la mayoría de los museos de artes, los cuales no cuentan con un programa sólido de adquisición de obras, sino que en la mayoría de los casos están a expensas de las donaciones post mortem de algunos artistas. Por desgracia, tal política ha sido la regla en nuestro país, salvo honrosas excepciones —entre ellas el Museo Universitario de Ciencias y Artes (MUCA), el MUCA Móvil y el Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC)—. El MUAC no sólo rompió con la racha de 30 años sin abrir un nuevo museo de artes sino que, como indica Graciela de la Torre, coordinadora de Artes Plásticas de la UNAM, “fue diseñado con una noción cartográfica, para un visitante ‘inteligente’ que puede perderse, sin visitas guiadas, sin exposiciones permanentes y más bien pensado para ciclos curatoriales, muy anclados en la colección”. La coordinadora de Artes Plásticas de la UNAM piensa en el MUAC como un “posmuseo que no sólo informará, sino que provocará experiencias y construirá aprendizajes significativos entre sus visitantes”.¹

El cambio de visión que implica un museo como éste sin duda constituye una de las buenas noticias que hay que celebrar, no sólo por el simple hecho de ser un nuevo recinto destinado a la cultura, que tanta falta le hace a nuestra sociedad, sino porque abiertamente sus autoridades se plantean el desafío de plantear un nuevo esquema que modifique la relación museo-obras-espectadores. Dice Marty McLennan al reseñar su vista para el número 83 la revista Travesías:² “Los posmodernistas ciertamente saben cómo poner las cosas de cabeza. Y el equipo creativo detrás del nuevo Museo Universitario Arte Contemporáneo —o MUAC— no se queda atrás. A la entrada del recinto me informaron que éste no era un museo (es, ejem, un posmuseo). Además, la estructura que alberga este “no-museo” no es tanto un edificio como un “territorio dinámico y flexible” (en palabras de su arquitecto, Teodoro González de León). Y para colmar el asunto, una vez que pagué los 30 pesos de entrada, instantáneamente me transformé de un visitante que paga a un “viajero inteligente”. ¡Válgame!”

En las anteriores dos citas se manifiesta parte de la importancia del museo en la relación obra-espectador que, aunque no es la única, sí es la más común, ya que la mayor parte de las disciplinas de arte tradicionales son albergadas en estos recintos, por lo que es casi inconcebible una relación con el arte clásico fuera de los estándares impuestos por los museos.

1 <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/396351.abren-nuevo-museo-en-la-unam.html>

2 Disponible en <http://www.revistatravesias.com/numero-83/arte/muac-el-nuevo-posmuseo-de-la-unam.html>

Sin embargo, en la actualidad algunos grupos de artistas buscan llevar el arte fuera de los circuitos tradicionales. Algunos parten de expresiones que acercan la obra al espectador (performance, instalación). Otros crean la obra en espacios que no pueden ser incluidos en los museos; algunos de esos espacios son los mismos terrenos en donde moran los espectadores (murales, grafitis, intervenciones). Otros en lugares lejanos al contacto inmediato con el hombre, por ejemplo el Land Art, que realiza sus obras en desiertos, bosques y otros medios naturales no muy frecuentados por el arte, cuyas obras son destruidas una vez realizadas, quedando como única constancia de ellas el registro fotográfico o en video. Y por último, dentro de estas disciplinas que se alejan de la estructura clásica del museo tenemos al Art net, un arte hecho en un universo digital, en el que el museo apenas comienza a querer penetrar.

No obstante lo anterior, el museo no pierde su vigencia dentro del panorama del arte actual: recordemos que el museo no sólo se encarga de difundir las obras de arte, sino que también es la institución encargada del resguardo, preservación y restauración de las obras, además de su importantísima función de analizar la relación entre el espectador y las obras, labor indispensable en el contexto social del arte.



Masa despasada y emplazada, Michael Heizer

La obra y los museos

La relación entre las obras o expósitos y los museos es una relación compleja en constante evolución. Las obras de arte, vestigios arqueológicos o productos del ingenio humano, han sido preservados como testimonios de nuestra propia historia y reflejan la diversidad humana, aunque cada una de ellas se suscribe a una determinada corriente de pensamiento y a un momento histórico-geográfico particular.

Sin embargo, esa misma gran amplitud de lo que puede ser expuesto y preservado imposibilita la tipología de la obra a partir de una visión única. Los expósitos tienen una naturaleza tan diversa y caprichosa que la gran mayoría de ellos fueron creados en contextos muy lejanos a la idea de la pieza de museo. Muchos de ellos nacieron mucho antes de que el humano sintiese la necesidad de preservarlos y mucho menos mostrarlos. Nacieron con una idea de función, y en muchas ocasiones el valor de uso que originalmente les fue asignado formaba parte de la trivialidad. En la mayoría de los casos ha sido el tiempo el que ha asignado el valor de “excepcional” a las obras u objetos expuestos en los museos.

Recordemos que el concepto de pieza única y excepcional se lo debemos al renacimiento, pero éste no abarcaba más allá de los intereses de una élite inmersa en una visión teológica totalitaria. Incluso es esa época no todo era una pieza única, ni todos eran artistas (término que también surge en el renacimiento, y que está ligado a una concepción divina del talento creador). La gran parte de los objetos creados en aquella época provenían de los talleres de los artesanos, obreros que heredaban un oficio y que producían objetos de uso común, y de los cuales muy pocos de ellos eran atesorados por la sociedad.

Los expósitos, por tanto, surgen de la diversidad cultural e histórica, por lo que no se les puede atribuir un orden único, ni tampoco una única ideología. Por el contrario, son fruto de la diáspora humana, con toda la amplitud heterogénea que la evolución de nuestra raza ha tenido en cuanto a las distintas épocas, culturas, sus gustos, sus formas de pensar y de actuar.

Los museos, en contraparte, en su gran mayoría, se encuentran inmersos en una corriente cultural, política y filosófica específica, la cual representa —más o menos— los intereses y la cosmovisión temporal de cada sociedad. Es decir, representan un espectro ínfimo de la visión cultural humana, particular a las épocas e ideologías imperantes. Por tanto, el museo —contrario a sus expósitos— se inscribe en un solo o en unos cuantos modelos de pensamiento que fungen como líneas directrices.

¿Cómo puede entonces un museo inmerso en un cronotopo particular atender las necesidades de obras cuyos contextos difieren del cronotopo del museo y del cronotopo de otras obras?

La respuesta a esta pregunta no ha sido resuelta aún pues ha sido planteada hace poco y los museos como instituciones llevan un breve lapso trabajando en esta dirección. No obstante, el museo ha atendido de manera intuitiva dicha interrogante a partir de la especialización, la cual ha consistido en generar distintos tipos de museos, que se pueden clasificar de acuerdo con la naturaleza de sus expósitos, sus objetivos, alcances y compromisos.

Dicha especialización puede ser abordada desde muy distintos puntos de vista pero para los fines de esta tesis se tomará una síntesis de la catalogación y descripción hecha por Rodrigo Witker en su libro *Los museos*. Comencemos por decir que existen varias maneras de clasificar los museos y que distintos autores manejarán distintas taxonomías, algunas de ellas refutadas o consolidadas por el paso del tiempo. Por ello, una clasificación sencilla y general permitirá establecer una base teórica adecuada y elástica; una base que, sin ser un estudio profundo al respecto, pueda amoldarse a los objetivos de esta tesis sin caer en confrontaciones innecesarias con visiones especializadas sobre el tema. Dicha clasificación contiene cuatro tipos generales de museos por temas y colecciones.

Museos de arte

En esta categoría se agrupan aquellos museos cuyos expositivos están ligados a la historia y la evolución de los gustos y las estéticas imperantes en una o en varias épocas de la humanidad. Dada la ambigüedad del término arte, estos museos se subdividen en distintas categorías, que mayormente se han concentrado a las artes visuales. Entre estas subcategorías encontramos:

De bellas artes: exhiben conjuntos de obras por índole cronológica, ordenadas en estilos y corrientes, en conjuntos estilísticos o de autores, o en grupos temáticos.

De artes aplicadas: estos museos exponen las obras artísticas con la principal función de demostrar sus usos, materiales y técnicas constructivas.

De artes populares: dan a conocer creaciones ligadas a la artesanía, a sus procesos productivos y sus autores, y en algunos casos están relacionados con la etnografía.

Museos de antropología

Centran sus temáticas y colecciones en torno al hombre y su evolución histórica y cultural.

De historia: abordan principalmente, de acuerdo con periodos convencionales, el pasado del hombre y de las sociedades humanas. Narran las historias nacionales a manera de argumentos oficiales, mediante símbolos y elementos que insisten en un nacionalismo integrador.

De arqueología: se orientan a estudiar y exponer los vestigios de las antiguas civilizaciones a partir de los cuales se formulan conclusiones científicas susceptibles de divulgación. Los museos in situ (museos de sitio) son creados en los mismos lugares donde se requiere explicar una historia particular a partir de sus propios objetos e inmuebles.

De etnografía: ponen a la vista del público los rasgos culturales característicos de grupos humanos unidos por un mismo origen, raza, lengua o religión.

Museos de ciencias

Concentra objetos y colecciones ordenados conforme a la lógica de los paradigmas del conocimiento científico relativos a determinadas categorías de hechos o de fenómenos con sus teorías, leyes y procedimientos.

De historia natural: se preocupan ante todo por los bienes de la naturaleza. Sus exposiciones muestran los grandes periodos de la historia de la Tierra, incluidos el origen y el desarrollo de la vida, los procesos geológicos significativos que han conformado la superficie terrestre y los fenómenos ecológicos y biológicos relacionados con la evolución del suelo, el agua, los ecosistemas marinos y costeros, en los distintos reinos (animalia, plantae, protista, monera, fungi), así como la clasificación minerales y los elementos químicos de los que se constituye el planeta.

De una ciencia en particular: estos museos se consagran a los aportes que alguna rama de la ciencia ha realizado a lo largo de la historia (por ejemplo la física, la química, la biología, etc.).

Museos generales

Guardan la memoria y el patrimonio de esferas de la vida social que no siempre se consideran en las temáticas de los museos tradicionales. Constituyen valiosos ejemplos de apropiación y rescate de bienes culturales y naturales contemporáneos: el mar, los bomberos, el ferrocarril, el perfume, los deportes, los juegos olímpicos, la imagen en movimiento, el teatro, la muerte, la tortura, la inmigración, el origen, el pan, las máscaras de baile, las muñecas, la sal, el desierto, la industria, la policía, el ejército, los automóviles, los textiles, el zapato, el holocausto...

Todos los museos pueden ser también agrupados en función del origen de sus recursos en:

Públicos: su operación depende del presupuesto que asignen gobiernos centrales, estatales o municipales.

Privados: su operación depende de organismos no estatales, empresas y/o fundaciones (Witker, 2001).

Cada una de estas especializaciones determina en parte el modelo que el museo utilizará para abordar las tareas que le son encomendadas. También de ello depende en parte la forma en que el museo se acerca a la relación entre las obras que alberga y sus espectadores. Lo anterior conduce a los terrenos de la museología.

Principios museológicos

Para cumplir con el ideal de la obra abierta, la obra de arte necesita ser puesta en contacto con el espectador. La obra de arte vive con la recreación individual de cada espectador y muere cuando se la aísla de la presencia de éste. Uno de los principales aspectos a considerar en la obra de arte es el de la difusión de la misma. Tal como menciona Juan Acha, la producción de la obra de arte está ligada a una dependencia recíproca con su distribución y el consumo. Sin medios materiales e intelectuales no hay producción, como tampoco la hay sin consumidores, ya sean imaginarios o potenciales (Acha, 2002: 15). El artista debe crear su obra a sabiendas de que el espectador será el último eslabón de la producción; es él quien termina la obra, el que añade el componente de vida que toda obra necesita para perpetuarse y adquirir la categoría de arte.

Por su parte, el museo se finca como intermediario de esta relación arte-obra-espectador. Su participación está muy lejana de la neutralidad, influye poderosamente en dicha relación. Es por ello que, conscientes de su labor, los museos han buscado establecer lineamientos sobre su papel como guardianes y difusores de los bienes culturales que se tienen bajo su resguardo.

Las tipificaciones o divisiones de los museos en función de sus contenidos han tenido como tarea facilitar los objetivos que los museos deben cumplir, entre los cuales se encuentran la preservación, la curaduría, la difusión, la educación y el estudio de las obras, su relación con los espectadores y la promoción de la experiencia estética.

La preservación

El museo se ha erigido desde sus inicios como la institución responsable de asegurar la preservación y resguardo de los objetos que representan un bien cultural. Se entiende como bien cultural al conjunto de objetos producidos por el hombre a los que las sociedades han atribuido un valor artístico, histórico, documental, estético, científico, espiritual o religioso. Dicho valor asignado los convierte en piezas únicas e irremplazables que forman parte de la herencia humana universal. Existen dos categorías de este tipo de bienes, los bienes tangibles y los intangibles.

Los bienes tangibles están compuestos por objetos físicos a los que se les ha asignado un valor estético, ideológico, religioso o moral, como parte de una civilización o cultura viva o desaparecida. Entre los bienes tangibles encontramos los bienes inmuebles (edificios, construcciones, conjuntos arquitectónicos, que son representativos de un momento histórico, de una cultura, de un pasaje de la historia o depositarios de una significación espiritual o religiosa), y los bienes muebles (testimonios únicos o excepcionales de una tradición, de una estética o de una función social determinada, o depositarios de un carácter simbólico; en estos se encuentran las obras de arte visual o plástico, los objetos de uso religioso y de culto, los vestigios de objetos y artefactos de antiguas civilizaciones, entre otros).

Los bienes intangibles son todos los testimonios que directa o indirectamente están asociados con sucesos o tradiciones vivas, ya sea como fruto de un *savoir faire*, de una creencia, o de determinados códigos y normas sociales y culturales que rigen la vida de un núcleo humano. Este tipo de bienes puede estar representado a través de objetos, pero su valor real no es físico sino simbólico o ritual (por ejemplo la fiesta de día de muertos en nuestro país).

Los bienes intangibles están particularmente amenazados por la globalización, fenómeno político y económico que ha causado la alineación y homogenización de gran parte de las culturas humanas, lo que ha llevado a la desaparición sistemática gradual de un sinnúmero de tradiciones.

El museo, a fin de conservar los bienes culturales, ha establecido distintas políticas entre las cuales mencionaré:

La conservación preventiva: permite al museo mantener y preservar el objeto, mediante la aplicación de medidas in situ, destinadas a evitar daños y deterioros.

La conservación en museos: consiste en el traslado de la obra a espacios destinados ex profeso o con condiciones óptimas para su preservación.

El resguardo: consiste en una suerte de enajenación o incautación de la pieza u obra, a fin de protegerla de daños potenciales evidentes a los que la obra se encuentra expuesta.

La restauración: permite recuperar en la medida de lo posible el esplendor del estado original o inicial de la obra, el cual fue afectado por factores físicos, internos o externos.

El registro o estudio: permite documentar por diferentes medios y técnicas los elementos constitutivos de la obra o del bien. Se aplica a todos los expósitos del museo, pero tiene especial relevancia para la preservación o registro de los bienes intangibles, muchos de los cuales están condenados a desaparecer, quedando como únicos testimonios de ellos los registros y estudios elaborados al respecto (fotografías, videos, pinturas, objetos, películas entre otros).

La curaduría

Parafraseando a Bernard Deloche, para quien el acto de conservar las colecciones por parte de los curadores guarda una gran analogía con el acto religioso, el curador es al museo lo que el clérigo es a la iglesia.

La curaduría es una actividad fundamental para el control y estudio de los bienes albergados en un museo, además de permitir la sistematización en los registros y catálogos de las obras. El curador, por así decirlo, es la persona responsable de realizar gran parte del trabajo de preservación y estudio de los expósitos del museo. Tan importante ha sido su labor y de tanto peso que museólogos y curadores —que en ocasiones suelen ser la misma persona— han trazado mayormente las líneas directrices de los museos y la forma que éstos se acercan a la obra. Pioneros como Henri Rivière y André Desvallés plantearon la necesidad de ampliar los museos más allá de la figura del museo de arte, pues para ellos “el museo tiene que cumplir una función interactiva en el núcleo de una sociedad viva” (Deloche, 2001: 80), lo cual lleva al museo a abordar fenómenos más amplios que competen a diversas áreas del quehacer humano.

La curaduría resulta así una actividad fundamental en los procesos de crear discursos y manejar colecciones. En ella se sugieren los objetos que deben exponerse y se elabora la documentación necesaria para la creación de exposiciones que tienen como objetivo acercar a las obras con un público potencial (Witker, 2001: 14).

Sin embargo, la participación del curador puede ser un arma de dos filos pues, como he mencionado anteriormente apoyado en la obra de Deloche, el arte contemporáneo se ha caracterizado por ser un arte de museo, alimentado en muchos casos por pedidos procedentes del propio museo (Deloche, 2001: 82), fenómeno que en ocasiones ha contribuido a ensanchar aun más la distancia entre el espectador y el artista. Asimismo, como he apuntado, sea por una visión museológica particular o por una política institucional (o ambas), en nuestro país se ha vivido un periodo en el que la curaduría se confundió con el simple acto de crear fichas y establecer la distancia entre el espectador y la obra.

La difusión

Consiste en divulgar los expósitos y los resultados de las investigaciones realizadas a los mismos valiéndose de diferentes medios públicos, principalmente mediante la creación de exposiciones,

término que se asigna al montaje espacial de los expósitos en torno a una sala o galería. Las exposiciones pueden ser de índole temporal o permanente. Las temporales son compuestas por acervo de obras que comúnmente no pertenecen en su totalidad al museo, sino que proceden de distintos museos o colecciones privadas. En este tipo de exposiciones la temática es el hilo conductor esencial, pues las obras expuestas son el resultado de un discurso previamente planteado (la obra de un artista en particular, una corriente o estilo, una técnica, un periodo específico, etc.) y su presencia en el museo es efímera.

Las exposiciones permanentes, por su parte, se constituyen por un conjunto de obras pertenecientes al museo, comúnmente caracterizadas por una amplia diversidad en cuanto a estilos, temas y líneas discursivas.

La difusión de las obras abarca un amplio panorama en cuanto a los medios y recursos empleados para tal propósito. Es de remarcar que la difusión ha sido el tema que mayores controversias ha generado en la museológica contemporánea, producto de cambios en las perspectivas sobre el museo y sus objetivos o tareas. Lo anterior se puede resumir si marcamos dos formas de concebir la labor de un museo: el museo orientado a la obra y el museo orientado al espectador. Comencemos por decir que uno y otro no son excluyentes, sino que más bien han marcado la forma de aproximación del museo en cuanto a su labor primaria.

El museo orientado a la obra constituye la primer perspectiva que se tuvo de esta institución. Esta etapa está marcada por un predominio de políticas dirigidas a consolidar las labores del museo en cuanto a la preservación de las obras y contribuyó a desarrollar el conjunto de técnicas destinadas cumplir con las labores encomendadas de resguardar, estudiar, catalogar, restaurar y preservar el patrimonio cultural.

La orientación hacia la obra o objeto que se expone fue un paso lógico en su tiempo, pues en el momento en que el museo surge como institución uno de sus principales cometidos fue resguardar de la mejor manera todas las obras que llegaban a sus manos —sea por compra, donaciones o por encargos especiales— con el fin de perpetuarlas. Recordemos la primera descripción de los museos hecha por Deloche: “el museo o templo delimitan una propiedad espiritual y en ese concepto sólo son figuras sublimadas de la propiedad económica; de ahí la asimilación del patrimonio cultural albergado por el museo a una propiedad colectiva y espiritual” (Deloche, 2001: 70).

Esta perspectiva fue exitosa y cumplió en general con su labor. Sin embargo, el papel del museo como educador y difusor —aspectos muy importantes dentro de las funciones del museo— no se logró enteramente debido a una excesiva orientación hacia la preservación, que no siempre es compatible con la de difusión.

La anterior perspectiva continuó por mucho tiempo, no obstante los loables esfuerzos de personajes como los anteriormente mencionados, que pugnaron por cambios en la concepción de las tareas de la institución hasta que los museos comenzaron a ser afectados en su estructura por tres aspectos:

1) La evolución del arte mismo: comenzaron a gestarse corrientes que rompían con la estructura clásica del museo, desde la forma de exponer la obra hasta la relación con el público, del cual demandaba una cierta interacción —como tocar, recorrer o participar— que hasta entonces era inconcebible. Asimismo, las artes incursionaron en medios como el video, la radio y los medios digitales.

2) La caída de sus presupuestos: comenzó la preocupación por atraer más público y con ellos el dinero que permitiese continuar con las labores asignadas. Esto orilló a los museos a repensar su oferta cultural, su inclusión en los canales de difusión y otros temas necesarios para acercarse a un público que usualmente no piensa en visitar un museo durante su tiempo libre. Es decir, se asumió una perspectiva orientada al espectador de las obras.

3) La modificación en los comportamientos del público debido a los nuevos medios de difusión, tecnologías, redes sociales, etc., que afectaron el orden de lectura al que estaban acostumbradas mayormente las viejas generaciones. Se pasó de la linealidad a la hipertextualidad (no linealidad).

Esos tres factores orillaron a un replanteamiento en la estructura interna del museo que pugna por el cambio en su orientación. Así se entra a la etapa actual: el museo orientado al espectador. Esta orientación es la forma actual de entender los museos. A pesar de que ya tiene algunos años sigue luchando por consolidarse debido a las dificultades que imponen un cambio proveniente del exterior, regido por una lógica muy distinta a aquella con la que el museo creció, es decir: la cultura de lo desechable, de lo inmediato y de constantes cambios. En ese nuevo contexto, el museo tuvo que asumir nuevas estrategias mercadológicas, a veces a regañadientes y otras sin convicción.

Esta nueva perspectiva busca concebir al museo como una institución destinada a públicos amplios mediante una oferta cultural lo suficientemente buena y atrayente como para competir con las ofertas de diversión y esparcimiento con que el ciudadano promedio cuenta para invertir su tiempo libre. Es verdad que la naturaleza del museo dista en gran medida de la de un parque de diversiones, una sala de cine o cualquier otro medio de entretenimiento, pero es con estas otras fuentes que el museo tiene que competir para atraer a un público que por desinterés o por incomprensión no ve o dejó de ver en el museo una opción satisfactoria.

Esta nueva concepción del museo obliga a entender que “la actividad museal y el museo como institución no son por sí mismos el objetivo, sino el medio... Si el museo puede considerarse, con justa razón, no sólo como un instrumento didáctico, sino como una poderosa herramienta de conocimiento, siempre es un medio al servicio de otra cosa, y a esta metadisciplina que es la museología le corresponde definir los fines” (Deloche, 2001: 118). Además, esta nueva visión refresca las metodologías empleadas para establecer una mejor relación entre la obra y su espectador, con lo que se avanza rumbo al objetivo de la obra abierta. En este nuevo giro no sólo cambia la concepción sobre el espectador y la obra sino que también la museológica redefine su estatus, para concebirse como una disciplina filosófica.

Siendo ahora el espectador el centro de atención, el museo ha tenido que diversificar su oferta cultural, sus estrategias y, por qué no, echar mano de los mismos medios tecnológicos que sus competidores para lograr que su oferta resulte igual o más atrayente. De esta manera el museo podrá atraer a un público atomizado y bombardeado por la publicidad consumista de su sociedad.

La estrategia más remarcable para conseguir atraer de forma constante al público ha sido la renovación constante de los expósitos mediante la creación de exposiciones temáticas destinadas a fomentar el interés hacia ciertos temas o bien explotar el ya existente. Para conseguirlo se ha recurrido a las exposiciones temporales, las cuales comúnmente están integradas por obras que no pertenecen al museo sino que son préstamos de otras instituciones, públicas o privadas. Mediante esta fórmula los museos renuevan de forma constante sus acervos sin necesidad de adquirir nuevas obras, disminuyendo así los costos.

Para la preparación de estos nuevos formatos de exposiciones, determinados ya sea en función de un tema o de un espacio, la museología contemporánea propone principalmente tres niveles de comunicación discursiva: el emotivo, el didáctico y el lúdico.

El nivel emotivo o ritual se relaciona con la producción de emociones en el espectador, en el plano estético o evocativo. Lo estético se define a partir de la apariencia visual de los objetos, determinada generalmente por cánones de gusto social y de valores academicistas. Se trata de desencadenar emociones mediante ambientes casi teatrales creados en los espacios del museo, que reproducen escenarios y situaciones expresivas y sugerentes.

El nivel didáctico se manifiesta cuando se brinda al visitante información jerarquizada y abreviada, por medios que propician la interpretación de los temas: mapas, diagramas, gráficos, ilustraciones,

fotografías, cedularios, etc. Toda la información se dispone en un orden fundado en secuencias, niveles y sistemas que inducen una lectura determinada de ella.

En el nivel lúdico o de juego se busca que el visitante participe directamente, que se involucre y que descubra que aprender puede ser también una experiencia divertida. Actualmente concurren en este nivel conceptos como el de Discovery room o el de espacios interactivos de descubrimiento, que convocan al público a intervenir en una serie de actividades relacionadas entre sí, capaces de generar acciones físicas no dirigidas y, por tanto, procesos y experiencias diversas (Witker, 2001: 17).

En el caso de las exposiciones de arte, el nivel emotivo es el que más se amolda a las necesidades de la recreación de la experiencia estética. Sin embargo, debido a lo hermético que en ocasiones se han vuelto las artes visuales contemporáneas, los museos han tenido que recurrir a los otros dos niveles a fin de facilitar la experiencia de un espectador que siente la imperiosa necesidad de comprender, más que de disfrutar.

La educación

El museo ha revalorado también su papel dentro de la educación. Los museos de arte —junto con los de ciencias— han sido los pioneros en el desarrollo de programas educativos, los cuales han sido fundamentales para atraer a públicos que abiertamente manifiestan su ignorancia y en ocasiones desinterés por las expresiones más recientes de arte y que, bajo la vieja estructura programática de las obras de arte (escuetas cédulas descriptivas a un costado de innumerables cuadros montados en paredes), generaba un auténtico desaliento y franco aburrimiento para los visitantes no entendidos sobre los temas de arte, acostumbrados a medios altamente dinámicos como internet, que no demandan lapsos de concentración largos (justo lo contrario a la estructura clásica de la literatura a la que se acostumbraron las anteriores generaciones).

Como parte de esta nueva estrategia, los museos realizan curadurías destinadas a facilitar la asimilación y recreación de la experiencia estética, así como la comprensión de ciertos temas, eventos, fechas y datos significativos. La figura del guía de museo se ha acentuado como un componente importante que permite a los públicos el entendimiento o una mejor asimilación del expósito.

Aquí cabe aclarar que en el caso de la obra de arte esto puede generar ciertas contradicciones porque, como hemos dicho anteriormente, la obra de arte no está hecha para comprenderse sino para disfrutarse, para provocar la experiencia estética. Sin embargo, en honor a la verdad, el arte contemporáneo en muchos casos no logra generar por sí solo esa experiencia ya que, como también se mencionó anteriormente, estas tendencias de arte son fruto de un ensimismamiento de arte y del artista que han redituado en su aislamiento, alejándolo de los grandes públicos, un fenómeno en el que museos, curadores y políticas culturales han sido corresponsables, pues todos ellos han patrocinado un arte sin ataduras sociales; han exaltado la figura del artista como ente atormentado, incomprendido e incomprensible. Las razones de ello pueden ser variadas y dependen desde la perspectiva que se quiera abordar. Hay teorías que afirman que los sistemas políticos han buscado la desarticulación de los movimientos sociales, ignorando toda aquella propuesta que tenga un vínculo social y subversivo. O bien la perspectiva que afirma que las nuevas expresiones son producto de una rebeldía manifiesta del artista en contra de temas e instituciones que anteriormente regían el medio del arte. El ejemplo más ilustrativo de esta teoría es Andy Warhol. Sin embargo, algunas de las aseveraciones respecto de su postura crítica y rebelde en torno al arte institucional son un tanto contradictorias, pues Warhol obtuvo por años y años un estatus privilegiado dentro de este sistema, con la subsecuente fama y ganancias económicas.

Para facilitar la “educación” de los públicos, muchos museos cuentan con áreas dedicadas a los servicios educativos, dentro de las cuales se programan eventos, visitas guiadas por expertos y curadores, recorridos temáticos, catálogos de exposición, así como el acceso a la información pertinente respecto a las obras y los artistas.

En cuanto a las obras de arte, la figura del guía de museo se ha convertido en el mediador que facilita información al espectador a fin de que éste pueda entender las motivaciones y los contextos que motivaron al artista, pretendiendo con ello que el espectador pueda franquear las primeras barreras que ha interpuesto la obra, con el fin de encontrar la sensibilidad del artista y despertar con ello la propia. Por último, la figura del guía también ha cobrado una gran importancia para acercar los públicos infantiles al arte mediante interpretaciones de las obras, en términos comprensibles y adecuados, que fomenten el desarrollo de la sensibilidad del arte en estos espectadores.

El estudio

“Los especialistas se percataron, recientemente, de que la pieza más importante del museo es el público; sin él, ese lugar es un mero centro de investigación patrimonial” (Witker, 2001: 20). El estudio de los públicos, sus conductas, reacciones, en las últimas décadas han constituido una pieza muy importante dentro de las planeaciones museográficas. Gracias a ellos, los especialistas han podido entender por qué la gente asiste o no a los museos, qué espera de ellos en función de los distintos tipos de perfiles. Estos estudios se basan en el entendido de cada visita a un espacio museográfico es única y está determinada por las experiencias museográficas y extramuseográficas previas, por la familiaridad con lo expuesto y las expectativas que se tienen de ello, por los estados de ánimo, por el nivel cultural y de formación... en resumen, depende mayormente del público: de ahí la importancia de conocerlo.

En el caso de las exposiciones de arte, este tipo de estudios han arrojado datos que refieren la incompreensión de los públicos hacia las corrientes contemporáneas de arte. Esto ha conducido a la modificación en los formatos de exposición, a la búsqueda de alternativas que faciliten el contacto entre obra y espectador mediante estrategias que, primeramente, despierten el interés del público y lograr con ello atraerlo al museo. Posteriormente, mediante otro tipo de estrategias, facilitarle su conexión, sea mediante la curaduría, la museografía, las visitas guiadas, etc. Finalmente, en una última instancia, mostrar la oferta cultural global del museo para despertar en él un interés que motive una nueva visita.

También existen otro tipo de estudios más especializados, los que se enfocan en entender la relación obra-espectador dentro del contexto de la recreación de la experiencia estética que la obra de arte debe generar, lo que permite mínimamente saber qué obras contactan mejor con los amplios públicos y las razones para ello. Este tipo de estudios son relevantes en el contexto de la comprensión del fenómeno artístico y el papel del museo en dicha experiencia.

La promoción de la experiencia estética

Puede decirse que el museo se encuentra en un proceso de replanteamiento como promotor de la experiencia estética. Dicho replanteamiento tiene que ver con la función del museo y las tensiones que genera la evolución de las artes visuales y de los medios de difusión con la estructura un tanto rígida de la institución. El museo vive la contradicción misma del arte, es decir, la de una estructura clásica del arte versus un arte actual que no sólo niega, sino que en ocasiones arremete contra sus antepasados. Asimismo, su relación con la experiencia estética se confronta con el cambio en la forma de entender a esta última, es decir, los museos de arte tradicional y los museos de arte contemporáneo (como han sido llamados) se establecen como instituciones que abordan la obra de arte desde puntos de vista distintos.

El primer punto de vista, más cercano a los modelos museográficos y museológicos clásicos, en los que el espectador contempla obras del pasado, donde el realismo y los mensajes de índole teológica facilitan la comprensión de un arte consagrado a ideales metafísicos. La relación entre obra y espectador es de tipo pasiva, el espectador contempla e interpreta los simbolismos de la obra. Recordemos que gran parte del arte paleocristiano tiene como fin el adoctrinamiento de los fieles. La experiencia estética se crea a partir de la contemplación de lo sublime.

En contraparte, los segundos se enfrentan a una obra de arte que exige la participación de su espectador, una obra que ya no persigue lo sublime, sino que se concentra en lo mundano, en la carne, donde belleza y realismo ya no son los únicos modelos. Una obra que confronta y cuestiona

a sus espectadores, que tiene más preguntas que respuestas, en la que la sensibilidad y la subjetividad son las únicas formas de acercarse a la experiencia estética. Una obra que en ocasiones rompe con los esquemas tradicionales de la obra como objeto físico único e irrepetible, y cuyos soportes van más allá de lienzos, arcilla, mármol y metales para dar paso a nuevos materiales —algunos de desecho, otros reciclados, o bien algunos que niegan el concepto de pieza u objeto de arte, como es el caso de los medios digitales—. Existen innumerables posibilidades: para el arte contemporáneo el valor de la obra no radica en el objeto sino en la sensibilidad del artista y, por lo tanto, el primero sólo es un medio al servicio del segundo.

Por ello el museo ha tenido que reajustarse, cambiando —en la medida de lo posible— sus formatos de presentación de las obras, recurriendo a los medios actuales y a la forma de lectura e interacción con ellos. En este sentido, el museo ha tenido que ver en los medios digitales una forma de evolución insoslayable, no sólo como medio que permitía la preservación de ciertas obras —como fue la postura inicial—, sino como un medio importante para sus actividades.

Para concluir este apartado puede decirse que el cambio de un museo orientado al espectador también implica un cambio de modelo aún más profundo: de un museo orientado a las obras como objetos físicos se evoluciona a un museo orientado a la experiencia estética, es decir, un museo más flexible que se interesa más por la transmisión de la sensibilidad de los artistas con sus espectadores, que entiende que su función principal es hacer posible ese encuentro y, al mismo tiempo, lo hace factible de ser estudiado. Con ello se crea una concordancia con el cambio que la filosofía del arte ha sufrido a raíz del surgimiento del arte moderno, contemporáneo y actual.

Este museo orientado a la experiencia estética atiende las necesidades del artista y del espectador en tanto que ellos son los creadores de la experiencia estética y la obra su medio para lograrlo. He aquí que se abre la puerta al término posmuseo, una institución consciente de sus labores y destinada a un arte nuevo bajo el concepto de obra abierta.



La manada, Joseph Beuys

Del museo a la galería digital

Como consecuencia de esta nueva forma de entender al museo se ha propiciado el acercamiento hacia nuevos medios de difusión y la implementación de las tecnologías necesarias para ello. Los museos han visto en medios como internet, los discos interactivos, los portales, las tiendas en línea y otros productos del llamado ciberespacio una forma muy atractiva de acceder a los públicos contemporáneos, principalmente los jóvenes.

No obstante, este acercamiento ha creado cierta polémica, en particular con el surgimiento de los llamados museos virtuales, que generaron la idea errónea del desplazamiento o sustitución del museo tal cual hoy lo conocemos por unos nuevos entes digitales o virtuales, intangibles. Este cambio también ha suscitado cuestionamientos entre el valor de apreciar una obra de arte en directo o mediante una imagen colocada en internet, o sobre la redefinición de los objetivos del museo y la forma misma de presentar las obras. Lo anterior ha hecho evidente ciertas diferencias entre artistas y museos: mientras que algunos de los primeros renuncian abiertamente a la idea del objeto, pieza u obra única, los segundos se resisten a ese cambio. Todo lo anterior hace imperiosa una revisión más detallada.

Empecemos por los llamados museos virtuales. Según Bernard Deloche, el museo virtual no es un ente que sustituirá al museo actual sino que forma parte de una estrategia para cumplir con uno de los objetivos de los museos, la difusión de la obra de arte y la generación de escenarios que posibiliten la recreación de la experiencia estética.

Si el arte es el manejo experimental de las percepciones sensibles, si por ello determina los grandes marcos de la cultura, lógicamente es indispensable asignar al museo una doble tarea: 1. De mostrar las obras al público, pues modelan su mirada por medio de las experiencias sensomotrices que se le ofrecen (función de exposición). 2. Poder estudiarlas atentamente para tener el control de los espacios y de las imágenes que las presentan, para lo cual es necesario sobre todo establecer relaciones o reconstruírseles (función de estudio o de medida), pues se trata de comprender mejor los efectos de la experiencia perceptiva, modulando el espacio de presentación de una obra, por ejemplo, modificando experimentalmente el contexto o también haciendo variar su propia obra en su encuadre, sus tonos, sus contrastes etc. (Deloche, 2001: 85.)

Para cumplir esta doble tarea, los museos se valen de tecnologías, medios de comunicación, investigadores, creadores y diseñadores, entre otros, para desarrollar los medios de comunicación necesarios para crear o ampliar sus terrenos de acción. En este orden de ideas, los medios digitales como internet, los multimedios interactivos y otros productos contemporáneos complementan la labor de acercar el arte al mayor público posible. No están destinados a la sustitución del museo físico y tangible por un simil digital y virtual.

Los museos no ven en los productos digitales un relevo de la institución, sino simplemente una evolución en las herramientas del quehacer museal. Sin embargo, la confusión que suscita el término museo virtual se debe a una mala elección de las palabras que lo integran, pues ambas refieren a conceptos mucho más amplios de lo que el producto en cuestión abarca.

Para empezar, el llamado museo virtual no puede cumplir con la mayoría de las tareas que se le han conferido a la institución llamada museo (preservación, restauración, estudio, análisis, educación, difusión, etc.), sino que solamente se ha consagrado a mostrar las obras de arte, por lo que su papel se parece más al de una galería.

La galería, en tanto división o sección del museo, cumple con una parte del espectro de los objetivos del museo, la cual consiste en poner en contacto a los espectadores con la obra y en brindar un terreno de análisis y experimentación de su interacción con el espectador. En el caso de las galerías privadas, éstas están comúnmente enfocadas a los canales de comercialización de la obra de arte, por lo que

cumplen en cierta medida con los mismos objetivos, aunque sea desde una óptica de consumo. Por lo anterior, una palabra más apropiada es galería, ya que se acerca más a las funciones del producto.

La segunda palabra, virtual, refiere también a un término mucho más amplio y que, con total desacierto, ha sido utilizado como sinónimo de digital. Lo virtual, salvo en terrenos filosóficos, ha presentado una confusión, debido a una mala interpretación o indefinición, que orilló a la fetichización del término, sobre todo a consecuencia del mal uso que hacen de ella los medios masivos de comunicación.

Lo virtual no se opone a lo real, como lo posible, sino que se opone a lo actual: es el estado de lo que todavía no se ha actualizado... Se trata del acto por el cual una cosa cualquiera cambia de dimensiones debido a un desplazamiento por el que producen equivalentes de sí misma que también son diferentes. Entre cualquier cosa y su imagen, por ejemplo una fotografía, existe un proceso de virtualización... Entendido así, lo virtual es el producto de un desplazamiento que va de una cosa dada, considerada como un caso particular o como una solución dada también, hacia la problemática que la sustenta. Y eso tiene muy poco que ver con la realidad, tanto de la imagen como del museo llamados virtuales en la jerga de los medios de comunicación.

La imagen y el arte no son sino parte de ese desplaneamiento, productos falsos, simulacros, artefactos destinados a la sustitución. La virtualidad en el arte consiste entonces en mostrar lo sensible mediante un artefacto. Y el arte no es sino la virtualización de lo sensible (Deloche, 2001: 130-132).

La virtualidad en el arte va más allá del proceso de representación de cualquier imagen. Recordemos que la esfera de acción del arte no es simplemente la imagen, sino lo sensible. La virtualidad constituye un medio por el cual el artista se puede comunicar. El arte está más en los procesos de experimentación y de creación. Su virtualidad se descubre en el momento en que el arte se desliga deliberadamente de la función de la representación, para concentrarse en otorgar una forma corpórea a las manifestaciones de las emociones y la sensibilidad.

Por tanto el término virtual es inherente a cualquier obra de arte, de tal forma que cuando escuchamos hablar de la virtualidad, en la mayoría de los casos, se hace uso erróneo del mismo, confundiéndolo con el de digital.

Lo digital se refiere al tratamiento numérico de las imágenes y objetos de este mundo, ese sí producto de una nueva tecnología que modifica la producción, presentación y distribución de las obras, pero que cuya capacidad de crear, inventar o de figurar mundos ficticios no es ni mayor ni mejor que la de cualquier medio análogo de producción de imágenes. La imagen digital sólo es una continuación o evolución de su par análogo.

Los medios digitales son de gran utilidad para que los museos cumplan con las dos tareas enunciadas por Deloche, quien también reflexiona sobre el papel que los sustitutos —digitales o no— juegan dentro de la labor de difusión de los museos. “Hay, pues, que buscar la virtualidad del arte en otra parte, no en la irrealidad o en la inmaterialidad, sino en la propia posibilidad de lo sensible: mostrar lo sensible mediante un artefacto” (Deloche, 2001: 132).

Estos artefactos —análogos o digitales— destinados a la sustitución del mundo real por ese otro creado por los artistas, son lo que comúnmente se denominan obras de arte, mismas que van desde una pintura académica hasta los millones de bits de los que se compone una obra del Art net. Es precisamente en esta sustitución o construcción de un universo nuevo que Malraux concibe la experiencia estética.

El trabajo de Marcel Duchamp, consistente en extraer de un contexto específico un objeto (artefacto) para después insertarlo en uno diferente, dotándolo de una capacidad para transmitir lo sensible mediante el diseño del artista, es una ilustración de lo virtual en el arte. Asimismo, bajo las filosofías modernas de lo sensible, una escultura, una pintura, una fotografía, son los artefactos con los

que el artista transmite lo sensible. De ahí que algunos artistas contemporáneos cuestionen la visión de obra de arte como objeto único y excepcional.

En el contexto de los museos, los sustitutos cumplen la función simbólica de suplir algo ante su ausencia, lo cual puede ser por razones de conservación (la obra real se encuentra en un estado tal que su exposición al público provocaría o aceleraría su destrucción) o bien por razones de ausencia física (la obra no se encuentra en el espacio destinado para su exposición debido a que sus características individuales imposibilitan su difusión, como en obras de dimensiones colosales o de una ubicación geográfica diferente a la del museo, como es el caso de las reproducciones de los templos de Quetzalcoatl y la tumba de Pacal en el Museo de Antropología e Historia de México, o maquetas de emplazamientos arquitectónicos que por su dimensión espacial resulta imposible albergar en un museo, o bien cuando la obra se encuentra en préstamo).

Los sustitutos son un recurso muy utilizado por los museos. Su labor va más allá de la simple suplantación. Algunos tienen funciones experimentales, otros ayudan al estudio de la relación obra-espectador. Los museos ven en ellos una pieza importante de su labor, contraviniendo así en cierta medida la idea que menosprecia el valor de los sustitutos, en especial de las digitalizaciones empleadas en la creación de interfaces digitales destinadas a la difusión de las obras y cuyo término correcto es el de galerías digitales.



Tierra-telefono, Joseph Beuys

Las galerías digitales

La confusión con el término museos virtuales no es la única que enfrentan las galerías virtuales. Existe también la confusión con otro producto digital, el de los portales en línea de los museos. Los portales de los museos son interfaces digitales destinadas a la labor de promoción de los museos y sus actividades. Son medios de carácter retórico principalmente, ya que su objetivo es difundir mensajes unidireccionales destinados a informar acerca de horarios, tarifas, exposiciones, eventos y todo tipo de actividades concernientes a la labor de la institución. Las funciones de los portales en línea también son de gran importancia para los museos actuales, ya que en ellos se finca gran parte de su visibilidad y promoción.

Otro problema que ha afectado a la forma de concebir la galería digital como un producto serio de difusión de la obra de arte tiene que ver con la propia evolución de los medios digitales y su relación con el mundo de las imágenes (lo que anteriormente se describió como parte del fenómeno de tecnogénesis).

Las primeras galerías digitales surgen como una suerte de evolución de los diaporamas, es decir, una presentación secuencial de imágenes presentadas al espectador en intervalos regulares. Estas interfaces y sus contenidos no eran eficaces como extensiones de las galerías físicas, principalmente debido a las limitaciones técnicas del medio tanto en los contenidos como en la interfaz. En lo que

se refiere a los contenidos, las digitalizaciones de las obras de arte no poseían un grado aceptable de calidad debido a estándares muy bajos de definición de las imágenes escaneadas, la cantidad o peso de la información a transmitir y la baja resolución de los monitores, además del problema de no poder controlar la calibración de cada pantalla en la que se reproduce la galería digital. Las deficiencias en las interfaces estaban ligadas a su facilidad de uso, los temas o metáforas visuales utilizados en su construcción y la compatibilidad entre los distintos sistemas operativos, así como la integración de los distintos medios (audio, video, imagen, textos, animaciones, etc.). Todas estas limitantes en las posibilidades expresivas de las primeras galerías digitales propició su menosprecio como auténticos vehículos de difusión de los expósitos.

Afortunadamente la mayor parte de estas limitantes han sido paulatinamente superadas debido a la notable evolución de las tecnologías digitales. Actualmente las interfaces destinadas a la creación de este tipo de galerías integran varias tecnologías y medios, lo que otorga a sus utilizadores un grado muy amplio de interactividad y una calidad de imagen muy alta. Esto ha propiciado que tanto museos como artistas vuelvan a ver en ellas una buena opción de difusión, pues las galerías digitales presentan al público no sólo las obras y/o sus simulacros y/o sustitutos, sino también espacios experimentales que sirven de vínculo entre obra de arte y espectador y, por ende, artista-espectador. Es decir, va más allá de mostrar obras de arte que por una diferencia temporal y espacial resultan inaccesibles; su valor radica en convertirse en un espacio experimental que conecta las sensibilidades de sus participantes.

Todo esto puede darse bajo el entendido de la obra de arte como objeto virtualizante de lo sensible, no fetichizado, pues la figura de los sustitutos digitales (si cumplen con una calidad mínima necesaria) no tiene por qué presentar problema alguno como catalizador de la experiencia estética en tanto conserve adecuadamente el valor analógico y sensible del original, que, como ya vimos, constituye igualmente un artefacto con el que el artista expresa su propia sensibilidad. Por ello, la difusión de una obra de arte mediante sustitutos digitales no supera la presencia real de la obra, pero tampoco demerita forzosamente la experiencia estética que el artista planteó.

Así, la galería digital de arte se integra a otras formas de difusión de la obra, como las litografías (impresiones en ófset de las obras), los libros de arte, catálogos de exposición y otros medios que reproducen las obras de arte. Estos medios ya han hecho su propio camino dentro de las estrategias de los museos para cumplir con sus labores respecto a la experiencia estética, estudio, educación, difusión y un cierto grado de democratización de la obra de arte, al permitir que cualquier persona pueda poseer una copia de la obra de cualquier artista. Esto no implica un menoscabo a la obra original ni al deseo del artista de transmitir su sensibilidad mediante la obra.

Ahora bien, una de las grandes ventajas de la galería digital con respecto a sus equivalentes analógicos y los otros productos que el museo utiliza para difundir el arte se encuentra en su perfecta conjunción con uno de los mayores y más importantes fenómenos de comunicación de nuestros tiempos: internet (al que dedicaremos posteriormente una mayor atención). La internet, como parte del denominado ciberespacio, permite a las galerías digitales gozar de omnipresencia, ya que casi cualquier espectador puede acceder a ella sin importar su posición espacial y temporal. Es, por así decirlo, una exposición que nunca cierra y que se encuentra en todas partes.

Otra gran virtud de la galería digital radica en sus costos de producción, comparativamente mucho más bajos que los de libros y catálogos de exposición, lo que ha despertado el interés no sólo de los museos y las galerías privadas, sino también de los artistas mismos, en particular de quienes no se encuentran inscritos en el círculo de "las grandes ligas del arte", es decir, artistas que no pueden acceder a la notoriedad y difusión de la gran maquinaria institucional de los museos. A ellos la galería digital les ha otorgado un poder autónomo de difusión debido a su relativa sencillez de producción, pues todo artista desea que su obra sea vista o disfrutada por el mayor público posible. La galería digital abre un espacio de difusión y experimentación mucho más amplio del que hasta ahora habían generado los museos en sus formatos clásicos.

No obstante este renovado estatus de la galería digital del que hablamos, su comprensión y utilización está lejos de abarcar las posibilidades reales de este nuevo medio ya que, como puede entreverse, sus usos se restringen meramente al de vehículo que difunde la obra, dejando de lado la parte de experimentación que puede generar de acuerdo con su plasticidad visual. Es en ese sentido que la labor de esta tesis es el redimensionar la visión que se tiene de ellas, extrayéndolas del contexto retórico (por así llamarlo) al que han sido confinadas e insertándolas en la creación de la experiencia estética, mediante su integración al proceso metafórico de la construcción de la obra de arte.

Para tal empresa es necesario comprender mejor la estructura de las galerías digitales y así poder expandir sus límites y alcances.

CAPÍTULO 4

La interfaz digital

Ante la perspectiva de ver en la galería digital de arte una forma de catalizador de la experiencia estética ligada a la obra de arte, es necesario primeramente dilucidar sobre las implicaciones de lo digital.

La digitalización es un proceso que permite convertir información concreta, a veces constituida por átomos, en un lenguaje binario que tiene como patrones dos dígitos representados por 1 y 0, destinado primigeniamente a procesos lógicos de cómputo de datos, con el fin de administrar esta información a partir de terminales conocidas como computadoras. La digitalización ha permitido una evolución cualitativa y cuantitativa de ciertas técnicas y tecnologías. Sin embargo, ha condenado a otros a su parcial extinción, como es el caso de la fotografía analógica.

Lo digital es una abstracción (conversión a dígitos) del universo del hombre y sus áreas de acción. Para ello se ha recurrido a una codificación binaria capaz de representar y manejar esos dígitos o datos mediante un sistema de base dos, homologable a la existencia de dos estados: prendido/apagado, sí/no, 0/1, con corriente/sin corriente. Esta aparente sencillez ha posibilitado la construcción de lo digital en las computadoras, como un juego de circuitos con dos estados posibles, lo cual es homologable a las partículas subatómicas, que consisten en simples —y a la vez infinitamente complejas— relaciones de cargas positivas, negativas y neutrales.

Más allá de los fundamentos técnicos de lo digital, es importante entender la afectación de este medio a los procesos de creación y difusión de las imágenes (primeramente) y del arte (posteriormente). Sobresalen tres conceptos que se ligan a nuestro estudio: 1) Los procesos de creación digital y sus implicaciones a partir de las dos unidades mínimas de información ligadas a la imagen (el pixel y el vector) y sus diferencias respecto a las imágenes análogas. 2) La internet vista como el medio de mayor difusor de imágenes y sus implicaciones respecto a las galerías digitales como difusores de la obra de arte. 3) La generación de interfaces, vistas como los medios que posibilitan la comunicación entre el medio digital y sus usuarios a partir de la creación de metáforas. Esta concepción metafórica de la interfaz nos permitirá ligarla al proceso creativo del arte y la experiencia estética.

Tipos de gráficos digitales

La imagen fue una de las primeras cosas que fue introducida al mundo digital, en un principio como reto y pasatiempo para los programadores, después como forma de representación de los valores matemáticos de las operaciones aritméticas de los programas de cálculo y posteriormente como parte del mundo digital mismo, mediante programas o softwares especializados en su creación.

Las imágenes digitales se presentan en dos categorías básicas. La primera de ellas son los gráficos continuos, los cuales son unidades o coordenadas dentro de los ejes cartesianos X, Y, Z. Son el resultado de ecuaciones matemáticas conocidas como curvas de Bézier. Dichas unidades son divisibles y fraccionables; su unidad mínima es el vector, que es una simple coordenada o dirección, equivalente al punto en la teoría de Kandinsky. Al unirse dos vectores forman trayectorias (líneas), que pueden formar imágenes vectoriales. Las primeras imágenes vectoriales fueron simples gráficas empleadas para expresar ecuaciones matemáticas, posteriormente fueron evolucionando para crear imágenes bidimensionales y tridimensionales conocidas como imágenes vectoriales. La unidad mínima de una imagen bidimensional es el vector y cuando ésta pasa al plano tridimensional del eje Z se nombra polígono. Un ejemplo concreto de una imagen vectorial 2D son las ilustraciones digitales, las placas o plastas de color en una computadora, mientras que un gráfico vectorial 3D lo vemos en cualquier película de animación en tercera dimensión, como las producidas por los estudios Pixar.

El segundo tipo de imágenes son los gráficos discretos que, a diferencia de los primeros, no son divisibles ni fraccionables, y comúnmente son el resultado de digitalizar una imagen analógica (conversión a datos binarios). Su unidad mínima es el pixel, el cual podría describirse como un módulo dentro

de una retícula formada entre las coordenadas X, Y, Z, equivalente a un solo cuadrado en una hoja de papel cuadriculada. Cuando el pixel invade el eje Z adquiere el nombre de boxel. Un ejemplo concreto de un gráfico discreto 2D es una fotografía digital compuesta de millones de pixeles, es decir, cuadritos que pueden tener una intensidad de color y contraste. Un gráfico discreto 3D puede ser la imagen producida por una resonancia electromagnética (Kerlow y Rosebush, 1996).

Es a partir de estas unidades básicas y su combinación que el mundo digital de las imágenes y una buena parte de los productos digitales cobran presencia y establecen contacto con el mundo exterior o análogo. Este contacto se da de varias formas, muchas de ellas como evolución de los viejos medios de difusión —televisión, cine, anuncios exteriores, cuadros para fotografías— y otros enteramente producto de la era digital —computadoras, videojuegos, e internet, por ejemplo—. Esto último nos lleva al segundo concepto antes mencionado: la internet.

El arribo de la era digital ha significado para la imagen no sólo un cambio en la forma de su creación. No se trata únicamente de sustituir lápices y pinceles por vectores, o de cambiar sales de plata por pixeles. La era digital ha significado el nacimiento de la imagen digital, la cual difiere de su par análogo no en su forma o en lo que representa, sino en su estructura genética, en su unidad de composición básica, átomos versus quantums, moléculas versus bits.

Y es que las imágenes digitales han adquirido las mismas características que los medios digitales:

1. Su alta capacidad de emulación y de hibridación del mundo físico. Casi cualquier imagen puede ser reproducida en los medios digitales. Puede ser visible la diferencia en un plano técnico, pero esta modificación no demerita en la mayoría de los casos la calidad de la imagen. Y en otros todo lo contrario: permite añadir elementos que acentúan aun más la función de la imagen como simulacro o representación del mundo, haciendo más contundente su poder de mimetismo, que es el principio de tecnogénesis al que nos referimos anteriormente.

2. La perfecta replicación digital, que permite crear miles de copias idénticas y sin pérdida de calidad a partir de un original. A diferencia de sus símiles análogos, en la imagen digital no existe una diferencia real entre una imagen y sus copias, siempre y cuando sean producidas bajo los mismos estándares. Guardan exactamente las mismas cualidades que la imagen de la que provienen debido al estado latente de la imagen digital. El término original se refiere ahora a la primera versión. Esta reproductibilidad característica de lo digital ha ayudado y perjudicado a los creadores. Por un lado, el autor puede generar copias de una imagen y así experimentar con sus posibles variaciones. En contraparte tenemos los problemas suscitados por las copias ilegales de ciertos contenidos digitales de las obras de artistas (imágenes, música, películas, aplicaciones) que, si bien no es un fenómeno particular de los medios digitales, sí ha crecido exponencialmente debido a la relativa sencillez y calidad con que se puede hacer, lo que no ocurría en épocas en que reproducir fielmente una obra significaba una labor muy ardua y que no siempre conservaba una calidad óptima.

3. La naturaleza no lineal de la obra digital, que permite su modificación parcial o total de cualquier objeto producido por este medio, en cualquier momento y desde cualquier punto. Una pintura, fotografía, grabado o película registrada en celuloide es una obra terminada que queda fijada o, por así decirlo, congelada en el soporte que la contiene. En los medios digitales estas obras se preservan en un estado latente que les permite seguirse modificando después de mucho tiempo de haber sido terminadas. Esta característica se debe a la naturaleza de los bits, que pueden ser modificados muchas veces con suma facilidad sin afectar la estructura de la obra, contrario a lo que ocurre con los pigmentos o las moléculas que componen una obra análoga.

4. La economía de materia y con ello los bajos costos: dada su categoría de simulacro, los productos digitales permiten que a partir de ellos se recreen complicados y laboriosos procesos que en el mundo análogo serían muy costosos y efímeros. Actualmente casi cualquier persona puede poseer un equipo

profesional de creación de imágenes, sonido, video y medios digitales con una inversión mínima en comparación con la que es necesaria para adquirir un equipo análogo que iguale las calidades de lo digital.

5. La casi perfecta adecuación del mundo digital a las leyes que rigen el mundo físico del exterior: gravedad, termodinámica, fluidos, etc.

6. El amagamiento técnico de medios de representación básicos en el mundo de la imagen: principios de perspectiva, teorías del color, etc.

Estas dos últimas características son el pilar del desarrollo de la mal llamada realidad virtual.¹

Pese a todas estas aparentes virtudes, la conversión del mundo material al digital ha implicado ciertos problemas de apreciación en el terreno de las artes, ya que difícilmente los círculos del arte institucional aceptan una obra no física, existente sólo en el plano digital. En las artes visuales se estableció un vínculo casi indisoluble entre la obra y el objeto tangible, creando el sentido de unicidad. Incluso expresiones como la música, el cine y el video estuvieron atadas a un contenedor —la película fotográfica o una cinta magnética—, por lo que se consideraron como originales el negativo, la ampliación de la imagen, el carrete de celuloide, el máster de video, etc. Sólo pocas expresiones del arte como la dramaturgia, la oratoria, el ballet y —ocasionalmente— la música se escaparon de esta cadena perpetua.

Lo anterior se explica desde la perspectiva de la filosofía clásica del arte que, como ya se pudo apreciar, no es la más apropiada para entender las artes contemporáneas, pues antepone los ideales de lo objetual, de lo sublime, de lo divino y de la belleza a cualquier razonamiento ligado a la experiencia estética pura. La visión clásica piensa que la obra de arte es producto de la inspiración divina manifestada en un objeto de veneración.

Las expresiones de arte no objetuales también entran en conflicto con el coleccionismo: una obra única e irreplicable es muy redituable para los circuitos comerciales de arte, pues transmite a su poseedor un estatus ligado a la exclusividad. Una obra que puede ser repetida infinitamente contraviene la ideología e intereses de este grupo de personas, quienes influyen fuertemente en la catalogación y designación de lo que se considera arte.

No obstante, esta visión de objeto en el arte ha sido cuestionada por distintos artistas y distintas corrientes de arte, mediante expresiones que lo niegan y otras que lo exacerban, lo que ha creado una contracorriente que reivindica la sensibilidad del artista y del espectador por encima de cualquier otro concepto.

Esta relación imagen-objeto es entendible. Desde siempre, el hombre necesitó de un objeto para comunicar fácilmente las imágenes contenidas en su mente. Ese objeto fue a la imagen lo que el lenguaje a los pensamientos. Hasta hace muy poco este binomio objeto-imagen generaba una relación única y exclusiva entre el pedazo de materia que llamamos imagen y la imagen misma.

Incluso la fotografía, el grabado, la litografía y otras tecnologías de creación de imágenes fueron ligadas al concepto de objeto único de una manera un tanto forzada, pues era evidente que permitían la reproducibilidad de la imagen, lo que ponía en jaque esta idea de unicidad. Sin embargo, era tan fuerte la presión que dicho concepto ejercía (y aún ejerce) que los mismos creadores idearon la manera de revertir la tendencia mediante una doble acción. Por un lado, fijaron un límite en la reproducción de copias de cada imagen. Por el otro, dejaron de considerar que los originales eran sus impresiones (la obra terminada) y asignaron ese término a los negativos, placas y cualquier otro máster que posibilitaba la reproducción.

¹ Al igual que museo virtual, el término realidad virtual genera confusiones. La realidad y lo virtual son antónimos, por lo que la realidad virtual equivaldría a decir que algo “sube para abajo”. El problema, como se vio anteriormente, surge de confundir y mezclar los términos *digital* y *virtual*.



Eslovaquia-1967, Josef Koudelka

La hegemonía del objeto único comenzó a tambalearse cuando algunos adelantos tecnológicos posibilitaron la eliminación del soporte tangible mediante el uso de las ondas hertzianas como medio para la difusión de audio e imagen (radio y la televisión).

La televisión fue el primer medio moderno que creó imágenes sin la existencia de un soporte tangible que las contuviese. Si bien algunos de los programas de TV fueron grabados en cintas electromagnéticas, la gran mayoría de las imágenes transmitidas por la televisión no cuentan con registro alguno, por lo que fueron imágenes efímeras que viajaban a través del espacio. Crear una imagen carente de contenedor se denominó imagen latente, término que se usó por primera vez para nombrar el proceso mediante el cual la película fotográfica registra una imagen que no será visible hasta que el revelado (reacción química) lo permita.

La ausencia de un soporte, fue compensada por una dependencia tecnológica. La imagen emitida radiomagnéticamente necesita de un artilugio tecnológico que posibilita la recepción y decodificación de las ondas propagadas en el aire. Al mismo tiempo que la imagen se libraba del soporte, ganó la obicuidad que le permitía hacerse presente simultáneamente en millones de aparatos eléctricos, sin importar las distancias.

La TV se convirtió en esa ventana que permite asomarnos al mundo de las imágenes radiomagnéticas, al mundo de las ficciones creadas por el hombre y escenificadas generalmente por entregas periódicas que llegan de forma gratuita a la sala de cada hogar, con lo que la imagen magnifica su poder de difusión y las sociedades amplían su dependencia o predilección por ella.

Las imágenes difundidas a través de la televisión muy raramente han sido consideradas arte debido a su tendencia mercantil. Sin embargo, se han convertido en uno de los motores más fuertes

de recreación parcial de la experiencia estética. Y digo parcial porque este medio no persigue la estética por ella misma sino que la refleja, al mismo tiempo que la modela y transforma de acuerdo con directrices e intereses económicos destinados al consumo y propaganda de determinados objetos o sujetos. Sin embargo, como contracorriente del fenómeno televisivo surgen los videoartistas, artistas que se apoderan de este medio para expresar su propio arte.

En este caso, siguiendo el principio de tecnogénesis, la evolución tecnológica que posibilitó que la imagen se liberara del objeto también modificó progresivamente sus procesos de significación dentro de las sociedades que la crean y, subsecuentemente, su papel como moderador de la ilusión de realidad que el humano crea y vive a través de ella. Las sociedades dejaron de percibirse de la forma en que lo hacían antaño, renunciaron a la contemplación de la experiencia en directo y prefirieron su escenificación televisiva. Comenzaron a conformarse con los fantasmas efímeros de la pantalla de rayos catódicos como sustitución y complemento del objeto vicarial llamado imagen.

Pero los cambios no se detuvieron ahí: los medios digitales han hecho que la imagen adquiera una nueva cualidad: la atemporalidad. La tecnología digital prescinde igualmente del objeto único como forma de difundir una imagen. Existe registro de ella pero es sólo eso, un registro al que no se le puede atribuir la mitificante unicidad de la obra de arte.

El conflicto de los nuevos medios no se encuentra en el concepto de objeto. De una manera u otra, la imagen sigue ligada a un objeto para su materialización; el lienzo o el papel se han sustituido por una pantalla. El conflicto radica en el concepto de unicidad (objeto único e irreplicable). En el caso de la imagen digital este conflicto se exagera. Resulta difícil pensar que la imagen pueda guardar la misma relación que antaño con su espectador.

Internet

La internet es actualmente un paradigma de la revolución digital. En él se encuentran la gran mayoría de cualidades de los medios digitales, además de que conjuga los fenómenos comunicacionales de mayor relevancia, quizá debido a que ha otorgado voz y voto a una mayoría que había sido excluida de los medios de comunicación masivos. Le otorgó poder a la misma masa a la que se dirige.

Los antecesores de la internet no fueron concebidos como un medio abierto sino todo lo contrario. Arpanet, por ejemplo, fue un medio hermético al servicio del ejército estadounidense cuya función era conectar en red a los principales centros militares estratégicos (aunque hay versiones que niegan lo anterior). Posteriormente sirvió para conectar a algunas universidades. Finalmente, debido a una aspiración mercantil, pasó a manos del vulgo.

La internet está compuesta por un amplio número de redes de comunicación diseminadas en casi todos los países del mundo, los cuales se interconectan entre sí para el intercambio de datos. La world wide web (www) es uno de los medios de difusión de dichos contenidos; funciona mediante el uso estandarizado de diversos protocolos de transferencia de información (http, ftp, smtp, irc), todos ellos lenguajes de comunicación con los datos que se encuentran contenidos en servidores o en computadoras domésticas.

La base de este intercambio de datos se encuentra en la estructura hipertextual de la información contenida en una computadora. En un hipertexto el lector (humano o máquina) no tiene que seguir un orden estricto, ya que no existe una sola estructura o línea de lectura —como ocurre en un libro común—, sino que son posibles varias estructuras o líneas que se desarrollan paralelamente y que se encuentran interconectadas entre sí o con una estructura principal. En otras palabras, un texto convencional se desarrolla de forma lineal en sucesión, mientras que el hipertexto lo hace de una forma arbórea, lo cual permite que el lector transite por estructuras interconectadas temáticamente sin un sentido u orden fijo, facilitando con ello la accesibilidad a una información específica y reduciendo enormemente los tiempos y recursos necesarios para ello.

El hipertexto ha sido pensado como una estructura no lineal a la que se le asocia con la era digital y que, junto con el multimedia —que comúnmente se define como un producto en el que se conjugan múltiples medios, tales como sonido, video, imagen fija y animación— forman los componentes principales de la internet. Hipertexto y multimedia forman lo que se conoce como hipermedia, una colección de mensajes elásticos que pueden ser estirados y encogidos de acuerdo con las acciones del lector (Kerlow y Rosebush, 1996: 90).

Lo anterior sugiere el hecho de que estos mensajes no tienen duración o un medio de difusión único, sino que se amoldan a las necesidades y características del mensaje y el medio en el que se transmiten.

Ahora pensemos en una enorme colección de mensajes de este tipo y que además admiten la interconexión entre ellos, sin importar su contenido (recetas de cocina, reportes médicos, música, ciencia, imágenes de obras de arte), tal como ocurre en la web, lo que permite recibir todos los mensajes de un sitio (hipertextos) de forma completa y luego brincar a otro sitio, o bien saltar de un hipertexto a otro sin terminar por completo cada uno, a través de una interconexión temática que brindaría fragmentos individuales pero relacionados con un tema específico y que, al final de la búsqueda, se constituirían por sí solos en un hipertexto, cuya coherencia estaría sujeta o dada por la sintaxis propia del compilador.

Lo anterior es posible porque los mensajes o contenidos difundidos por internet constituyen por sí mismos una suerte de narrativa flexible interconectada. En otras palabras, la internet está formada de una serie de líneas “intersustentantes” e interconectadas de forma libre; el gran número de conexiones torna casi infinito el número de posibilidades de conexión o navegación, de tal suerte que se puede constituir como un sistema azaroso (sin ser forzosamente caótico).

Esta interconexión o intersustentamiento entre los contenidos ha causado una revolución en los medios de comunicación contemporáneos, lo que permite acceder a grandes cúmulos de información de una forma por demás simple e inmediata. Por otro lado, la conjunción de múltiples medios en un solo espacio y la gran diversidad de contenidos son en gran medida los principales atractivos de este medio y lo que lo ha colocado en la vanguardia de los medios de comunicación.

En el contexto que nos atañe, internet se ha consolidado como el mayor difusor de imágenes, democratizando tanto su difusión como posesión, ya que cualquier persona puede difundir una imagen propia o adquirir y poseer una imagen para su deleite privado. Estas imágenes de muy diversa índole se encuentran almacenadas en distintos servidores que, de forma gratuita o por pago, las difunden en distintos formatos y calidades con fines privados, públicos, comerciales y culturales: los dos últimos serán de nuestro interés pues en ellos se encuentran las imágenes publicitarias y las artísticas, ambas destinadas a la recreación de la experiencia estética pura o parcial.

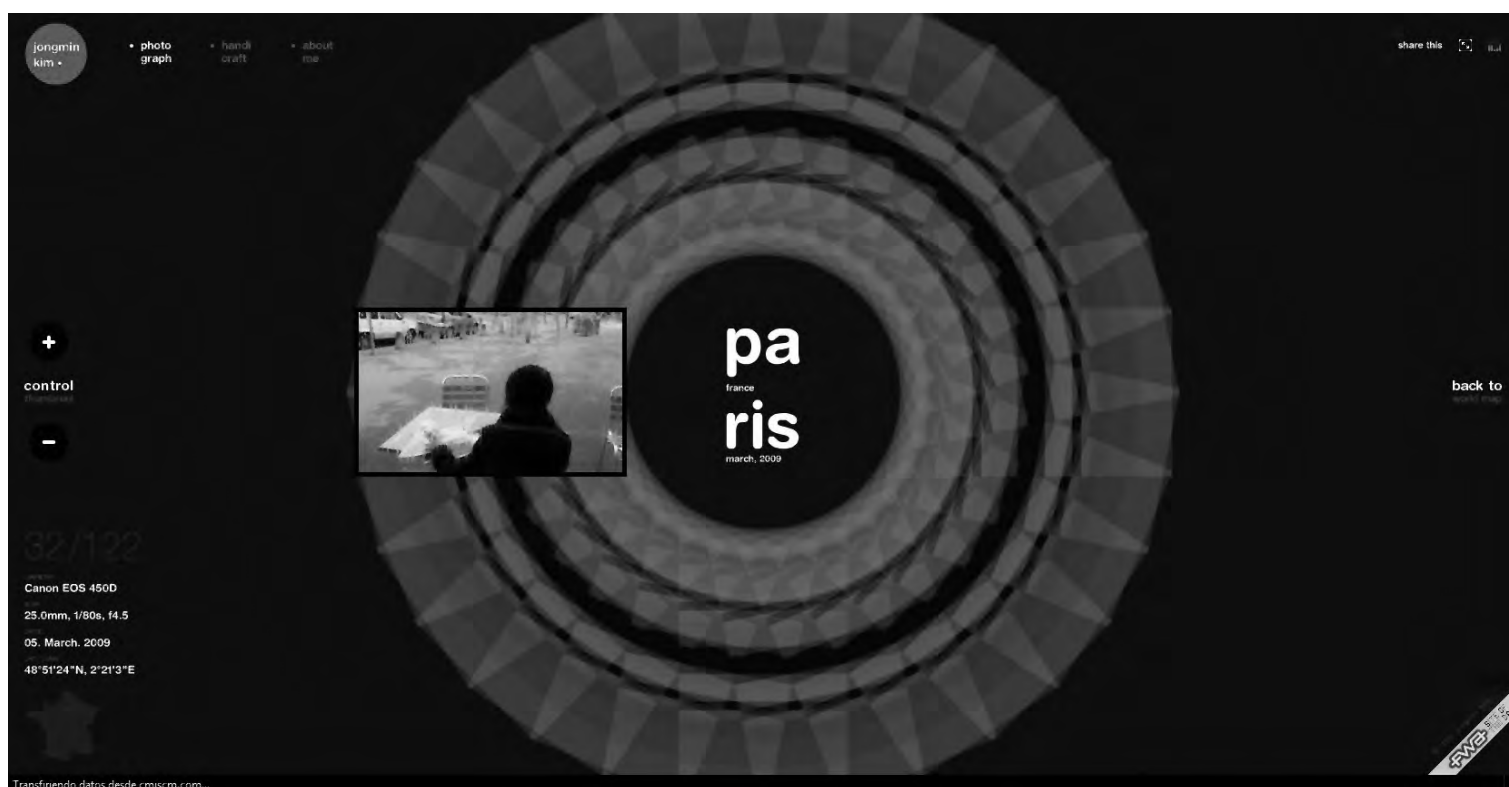
Tanto imágenes publicitarias como artísticas se encuentran fácilmente en cualquier motor de búsqueda. Sin embargo, es remarcable el apabullante dominio de las primeras: a ello contribuye el predominio de sitios web comerciales dentro de la red, la mayor producción de este tipo de imágenes a escala mundial, una mayor difusión de este tipo de imágenes a través de sitios web de amplia audiencia (redes sociales y correos electrónicos), que las presentan continuamente en sus espacios publicitarios, entre muchos otros factores.

De los anteriores ejemplos sobresale la diferencia en la producción de imágenes tanto en cantidad como en uso de tecnologías digitales para su confección, incluyendo no sólo las tecnologías de creación de imagen, sino las destinadas a su difusión y el nivel de interactividad que se le ofrece al espectador. En este sentido los Web-experiences (experiencias web) son la tendencia actual en la creación de publicidades centradas en la imagen a partir de medios digitales.

Las experiencias web son resultado de la integración de diversas técnicas y tecnologías no sólo en la creación de la imagen sino también en la interfaz que la presenta. Principalmente busca crear un

amplio nivel de interactividad en el producto y motivar con ello la participación del espectador en la “experiencia” mediante la cual se le entrega un mensaje publicitario o mercadológico. Lo anterior propicia en el espectador una respuesta —generalmente ligada al consumo— bajo la premisa de que, entre más inmersivas sean las imágenes e interfaces presentadas, más contundente será el mensaje difundido. Algunos ejemplos de este tipo de productos digitales pueden apreciarse en <http://www.beautifully-webdesign.net>, que recopila una gran cantidad sitios web que destacan por su vanguardia en las tecnologías, técnicas e imágenes utilizadas, entre los cuales pueden encontrarse algunos ejemplos de experiencias web:

<http://www.nike.com/jumpman23/nightmare/>
<http://cmiscm.com/>
<http://www.silktricky.com/>
<http://www.new-peugeot.com/#/es/emociones>



cmiscm.com

Este tipo de productos digitales traspasa los límites de lo que clásicamente se denomina imagen, pero su pertinencia radica en el principio de tecnogénesis: son un adelanto tecnológico que comienza a modificar los estándares y expectativas a los que la imagen y su difusión se enfrenta

Sin embargo, si bien existen corrientes de arte que se concentran o se valen del medio digital, las imágenes de arte se encuentran en un franco retraso respecto a sus equivalentes publicitarios en cuanto al uso vanguardista de los medios digitales en su difusión, y con ello corre el riesgo de rezagar su contacto con los públicos. En ello radica la preocupación de esta tesis por reencausar la difusión de imágenes de arte mediante las galerías digitales de arte.

La interfaz

Este nuevo tipo de construcción de imágenes se apoya en una interfaz para concretar una parte importante de su efectividad. Las interfaces funcionan como los vehículos que transportan y presentan la información o mensajes contenidos en el ciberespacio; ellas son las responsables de establecer la comunicación y de generar la interactividad entre el usuario y la máquina, lo cual resulta de gran relevancia en los procesos semánticos implícitos en la relación del humano con los medios digitales.

Interfaz es un término creado por primera vez en la química para enunciar una superficie entre dos porciones de materia o espacio que tienen un límite en común. Años más tarde, la informática retomó este término aplicándolo de muy distintas formas, pero teniendo como punto de partida el cambio de la concepción de “membrana de separación” a un dispositivo de comunicación (esto es, un dispositivo para intercambiar datos). Esta concepción informática de la interfaz se caracteriza también por dos elementos:

- La interfaz es un dispositivo de hardware, material, una especie de puente físico que conecta dos sistemas.
- La existencia de un intercambio bidireccional de información entre los dos sistemas.

En 1989, The Oxford English Dictionary busca definir de forma envolvente todas las significaciones de la palabra:

- Una superficie entre dos porciones de materia o espacio que tienen un límite en común.
- Un medio o lugar de interacción entre dos sistemas, organizaciones, etcétera; un punto de encuentro o territorio en común entre dos partes, sistemas o disciplinas; también interacción, unión, diálogo.
- Aparato diseñado para conectar dos instrumentos científicos, dispositivos, etcétera, para que puedan ser operados de manera conjunta.

Otros teóricos e investigadores han retomado el término para cada uno de sus campos de estudio aplicándolo en distintas formas, por lo que buscar una definición exacta resulta una tarea un tanto infructuosa. Por lo anterior, no enunciaré una definición única sino que, apoyándome en la obra de Carlos Scolari (2004), desarrollaré el contenido de este tema, que parte de la relación inherente entre las computadoras y las interfaces digitales.

La noche del 22 de enero de 1984, mientras la gran mayoría de los aficionados estadounidenses de fútbol americano veían el Supertazón XVIII, un spot televisivo se difundió al término del tercer cuarto. Este mítico spot dirigido por Ridley Scott anunciaba a los espectadores que “Apple Computer will introduce the Macintosh. And you’ll see why 1984 won’t be like ‘1984’”. Es en ese momento que la visión de una computadora dirigida al público general se materializó como una alternativa a los primeros ordenadores (un costosísimo instrumento tecnológico muy especializado, sólo alcanzable por las grandes compañías e instituciones y que sólo los ingenieros más avezados podían usar).

Macintosh, la computadora diseñada “for the rest of us”, nace con la idea de acercar el mundo de la computación al ciudadano promedio. Para ello, sus creadores (Steve Jobs y Steve Wozniak) diseñaron un sistema operativo basado en una interfaz gráfica inspirada en la metáfora de un escritorio, retomada de las investigaciones de los técnicos de la compañía Xerox. Esta nueva interfaz sustituía las instrucciones en lenguaje de programación (BASIC) con el hoy tan popular clic de ratón.

Si bien no fue esta compañía la que popularizó los ordenadores personales, la computadora Apple significó un cambio en la visión de muchos, que dejaron de pensar en estos aparatos como instrumentos altamente especializados. Su concepción innovadora en el desarrollo de la interfaz WYSIWYG [What You See Is What You Get], delineó el nuevo modelo de desarrollo para los programas o softwares desarrollados posteriormente.

Para 1987, IBM y Apple se encontraban inmersos en una carrera de desarrollo de computadoras personales basadas en la idea de la interfaz user-friendly, que se manifestaba en las publicaciones internas que ambas compañías emitían para establecer los lineamientos de desarrollo de sus sistemas: para IBM, la interfaz de un programa era definida como “un instrumento a través del cual los hombres y las computadoras se comunican entre sí”, mientras que en las Human Interface Guidelines de Apple —una de las primeras gramáticas publicadas para que los programadores respetaran el “lenguaje” del sistema Macintosh— se define que “una interfaz humana es la suma de los intercambios comunicativos entre la computadora y el usuario. La interfaz presenta informaciones al usuario y las recibe de él”. La nueva edición de esta gramática (1995) la define como “reglas y convenciones a través de las cuales un sistema de computación se comunica con su operador” (Scolari, 2004, 45).

Concepciones de la interfaz

Las concepciones de la interfaz están enfocadas a establecer una comunicación entre el hombre y la computadora o, como corrigen algunos teóricos, entre el usuario y el programador del sistema. De ellas se han desprendido los modelos actuales que han regido las reglas del desarrollo del software y hardware de los dispositivos computacionales y tecnológicos en general, destinados a un público amplio con conocimientos mínimos y sin ningún deseo de aprender o participar en complicados procesos que permitan su funcionamiento.

Estas premisas de desarrollo han sido influidas por la denominada transparencia de las interfaces, la cual establece que la mejor interfaz es aquella que desaparece durante su uso y le permite al usuario concentrarse en el trabajo para el cual está utilizando el programa o aparato. Dicho en otras palabras, una buena interfaz resulta tan fácil de usar que de forma automática el usuario puede controlarla eficazmente, lo que permite que su atención se enfoque en la tarea a realizar y no en los procesos que implica el uso de la aplicación.

La transparencia de la interfaz se ha inspirado en modelos teóricos que pregonan su propia desaparición: “Las tecnologías que funcionan bien tienen la característica de desaparecer, de confundirse con el entorno en vez de atraer la luz de los reflectores; la atención del usuario debe concentrarse en aquello que quiere hacer, no en el instrumento. Cuando comemos, nuestra atención se concentra en la comida y no en el tenedor, a menos que el tenedor se doble o se rompa” (Scolari, 2004: 24). Este es un concepto ampliamente difundido que rige gran parte de la creación de programas digitales destinados a la realización de tareas. Incluso algunos sitios web basan su desarrollo en esta premisa, como es el caso de aquellas que han sido diseñadas para ser controladas por una cámara web que capta los movimientos de la cabeza del usuario y los interpreta como instrucciones de navegación.

Donald Norman, uno de los principales promotores del diseño centrado en el usuario (User-Centered Design), postula que para que el usuario pueda concentrarse en su trabajo hay que eliminar a la máquina y hacer desaparecer la interfaz. El usuario experto maneja la computadora del mismo modo que un conductor de automóviles experto, el cual ya no es consciente de todas las operaciones y procesos necesarios para mover el vehículo. El automóvil se convierte en una parte controlada y transparente que manipulamos casi con la misma maestría que algún miembro de nuestro cuerpo... excepto cuando el sistema presenta alguna falla: entonces cobrará nuevamente conciencia de la existencia de la interfaz del auto.

Otra concepción de interfaz muy común y emparentada con la anterior tiende a situarla como una suerte de extensión o prolongación de nuestro cuerpo, una prótesis que amplifica el uso de nuestros sentidos llevándolos a realizar funciones que en condiciones normales resultarían imposibles para un humano. El martillo es una extensión de nuestro puño al golpear, las pinzas son la extensión de nuestra mano, el carro de nuestras piernas, la ropa de nuestra piel, etcétera.

Esta concepción de la interfaz va más allá de informática y, según algunos autores, puede aplicarse a muy diversos ámbitos. Tal es el caso de Marshall McLuhan, un autor tan venerado como criticado, quien desde su obra clásica *El medio es el mensaje* [sic] emplea largamente el término a los fenómenos comunicativos, al grado de hacer de él un verbo más. McLuhan, por cierto, también es el principal promotor de la idea de la interfaz como prótesis, idea que fue llevada hasta sus extremos por sus seguidores más fervientes. No obstante esta exacerbación del término, la concepción de prótesis favoreció el desarrollo de la metáfora instrumental, la cual resulta ser muy relevante en la construcción de interfaces.

De esta manera, el término interfaz ha seguido evolucionando desde el momento de su creación sin que pueda cerrarse a una sola interpretación. Por el contrario, es necesario verla como un término que cobra significación de acuerdo con el contexto.

En el caso de las galerías digitales, la interfaz puede definirse como los elementos visuales, táctiles, sonoros o espaciales, contenidos en la aplicación informática, que permiten la interacción entre el usuario y el sistema creado por el programador, diseñador, artista, realizador, etcétera. Estos elementos convierten las acciones o respuestas del usuario en instrucciones que son transmitidas al sistema computacional encargado del manejo y presentación de los contenidos de la galería. Este sistema o interfaz se constituye como una serie de procesos y reglas preestablecidos por el creador de la misma, las cuales brindan al usuario o espectador una serie de alternativas encargadas de generar la interactividad. Entre mayor sea el número de alternativas, mayor es el grado de interactividad de la galería.

Los grados de interactividad los clasifico en:

Nulo: El usuario no tiene opción alguna para participar dentro de la interfaz que presentan los contenidos. Un ejemplo de ello es una la proyección cinematográfica en la que el espectador no puede interferir ni modificar los contenidos o la forma en que se presentan. Este grado de interactividad es comparable al mensaje lineal del que hablamos anteriormente.

Limitada: El usuario tiene mínimas opciones de acción, similares a una base de dos, es decir, una elección entre dos alternativas posibles (si-no, izquierda-derecha, adelante-atrás, continuar-detener, prender-apagar, etc.) que le permiten participar de forma restringida en la manera en que los contenidos son presentados. En esta categoría encontramos las primeras presentaciones de imágenes a través de diapositivas que sólo permitían avanzar o retroceder en la secuencia de imágenes previamente establecida y determinar su tiempo de duración. Esta misma interfaz fue traspolada al mundo digital a través del conocido software PowerPoint de Microsoft, que hasta hace muy poco era la única opción que los usuarios de este sistema poseían.

Media: El usuario cuenta con varias opciones, que le permiten acceder de distintas formas a los contenidos que le son presentados de forma hipertextual, razón por la cual no existe una línea única de acceso: el usuario determina su propia línea dentro de las opciones previamente establecidas por el creador de la interfaz. En este tipo encontramos la mayoría de los sitios web.

Amplia: El usuario cuenta con un vasto número de alternativas u opciones de interacción con la interfaz, a tal punto que se genera una autonomía que le permite no sólo acceder de forma libre y personalizada a los contenidos sino modificarlos, como es el caso de los videojuegos y de los programas o software de trabajo en general.

Total: Es el grado más amplio que se puede alcanzar. En ella el usuario no sólo deambula por las opciones que el realizador de la interfaz ha preestablecido, sino que es capaz de modificarlas, corregirlas y crear nuevas opciones, similar al trabajo mismo del creador de la interfaz. Sin embargo, esta opción exige del usuario un grado amplio de habilidad y conocimientos técnicos e informáticos, por lo que está fuera del alcance del usuario promedio. En esta opción encontramos los programas de fuente abierta como MyPHP, MySQL o el sistema operativo Linux, hito de los llamados freewares open source, cuyos principales usuarios son programadores.

La interactividad en una interfaz es la responsable de la comunicación entre ella y su utilizador. Sin embargo, emplear el término comunicación ha generado polémicas entre los especialistas, quienes de acuerdo con la definición y los alcances que se asignen a ese término estarán en pro o en contra de su uso.

Y es que la comunicación implica algo más que la transmisión de datos. La comunicación implica una comprensión de lo transmitido tanto por el emisor como por el receptor, tal como apunta la cita hecha por Carlos Scolari (2004: 36) del diálogo entre Luis Prieto y Tullio de Mauro entablado durante un coloquio sobre las perspectivas de la semiótica: para unos (De Mauro), la comunicación comprende también los artefactos que los humanos construyen para comunicarse entre sí. Para otros (Prieto), comunicar implica la comunicación o transmisión de un saber o conocimiento, que un sistema informático sólo maneja a manera de información, mas no es capaz de comprender.

Los ejemplos que proponen van desde el botón del elevador y la pantalla que nos indica el piso en el que se encuentra éste o el indicador de falta de gasolina que para De Mauro implican la comunicación del creador de la interfaz que desea transmitirnos dicha información como un conocimiento. Prieto responde que en dichos procesos no existe conexión de saberes, pues el ingeniero que desarrolló dichas interfaces no participa de ellas, ya que ignora el momento en que dichas interfaces le manifiestan a cada usuario que falta gasolina o que se encuentra en el treceavo piso o incluso la diferencia entre un cuarto y un primer piso.

De Mauro concluye diciendo: “Desde mi punto de vista, que expongo con el objetivo de entender bien las diferencias que nos separan y poder discutir sobre ellas, comunicar quiere decir codificar, o sea, establecer clases de sentidos y clases de expresiones sistemáticamente conectadas entre sí por medio de la relación de significación. Me parece que, a partir de esta formulación, por un lado movería los confines de la semiología de manera que incluya el análisis de los fenómenos de la comunicación mecánica, programada. Y, por otro lado, anclaría aún más la semiótica o semiología a los hechos de comunicación en sentido estrecho, quedando de esa manera más cercano a la semiología de Saussure...” (Scolari, 2004: 38).

Como se aprecia en la cita anterior de la discusión entre estos dos especialistas, situar el umbral mínimo de la comunicación, conocido como protosemiótica y en ocasiones como zoosemiótica, no es fácil y varía de autor en autor. Sin embargo, para los fines de esta tesis la visión de De Mauro es útil, ya que toma en cuenta la posibilidad de la comunicación entre un individuo y otro programador-usuario, artista-espectador, mediante una interfaz.

En este sentido, la galería digital y la obra de arte fungen como la interfaz que comunica la sensibilidad del artista con la de su espectador. Para ello, como explica De Mauro es necesario mover los límites de la semiótica. No nos detendremos en un análisis semiótico de los procesos de comunicación existentes en la interfaz y renunciaremos al concepto de transparencia de la interfaz, que se amolda más a la perspectiva de Prieto. En contraparte, esta tesis optará por el concepto de metáfora en la creación de interfaces, como forma de escudriñar los procesos que permiten la comunicación entre el creador y el utilizador de ellas. Además, como punto central, la visión metafórica de la interfaz permitirá tender un puente que la unirá con la concepción de la obra de arte.

Tipos de metáforas en la generación de interfaces

En el capítulo dos de esta tesis se fijó una empatía con el modo de concebir la metáfora por parte de Paul Ricoeur. La metáfora es poner en común la discordancia entre un pensamiento y otro. “El metaforizar, bien decía Aristóteles, es percibir lo semejante” (Ricoeur, 2001: 12). La metáfora ayuda a poner en común los pensamientos, es su uso cotidiano y repetitivo el que las hace pasar desapercibidas. Sin embargo, se encuentra presente en cada uno de los procesos comunicativos entablados por el hombre.

Las metáforas son potentes agentes modeladores de la percepción, el pensamiento y las acciones cotidianas presentes en todos los sistemas semióticos que, cuando logran articular y dar coherencia a una orientación discursiva, se constituyen en eficaces dispositivos retóricos de persuasión...

Pero el poder de la metáfora va más allá de la simple alusión de un concepto a otro: alrededor del segundo término “orbita” una red de nociones —una porción de enciclopedia diría Eco— que enriquece al primero. La metáfora es un instrumento de conocimiento aditivo y no meramente sustitutivo (Umberto Eco, *De los espejos y otros ensayos*, Barcelona, Lumen, 1988) que siempre dice algo más (Scolari, 2004: 45).

El poder informativo de la metáfora recae en su sencillez, en su claridad, mientras que su poder fundacional, creativo y por ello artístico, recae en su novedad, en su originalidad y ausencia de vulgaridad. Estas cualidades la hacen el medio por antonomasia para la difusión de conocimientos, especialmente en aquellos terrenos que resultan nuevos.

La informática, por lo tanto, no escapa al uso de ella. Por el contrario, está plagada de metáforas, no sólo en sus términos y lenguaje sino en sus directrices constitutivas, en sus lineamientos operacionales y de construcción de sus productos. Es precisamente en estos dos últimos puntos que nos centraremos pues, más allá de la interfaz, nos interesa hablar de las metáforas que rigen la construcción de las interfaces.

A partir de los años ochenta ya se concebía a las interfaces como un instrumento o como una extensión del cuerpo, lo que resultaba por sí mismo una suerte de metáfora que resumía la concepción idealista que se tenía (o tiene) de la tecnología computacional. Sin embargo, el uso de ciertas metáforas nacen a partir de las características de interacción que cada tipo de interfaz propone a su usuario.

Al mismo tiempo, cada metáfora inspira un modelo teórico que, en ocasiones, suele delimitar un campo específico de estudio, o bien nace como consecuencia de él. Cada modelo o metáfora enfatiza ciertas características de la interacción humano-máquina, al mismo tiempo que soslaya otras. El estudio de dichas interacciones humano-interfaz se nutre principalmente de disciplinas cognitivas, semióticas, psicológicas y hasta biológicas, sin omitir las ingenierías y sus distintas ramas dedicadas a producir interfaces: sistemas, robótica, biónica, mecánica, mecatrónica, etcétera.

Carlos Scolari propone en su libro la existencia de cuatro tipos de metáforas esenciales, las cuales se han desarrollado como consecuencia de modelos teóricos o por concepciones prácticas de desarrollo por parte de los ingenieros o arquitectos de sistemas. Su obra tiene como uno de sus propósitos desenmascarar la supuesta transparencia de las interfaces que, si bien es benéfica para su interacción y éxito, acarrea problemas conceptuales al momento de hacer análisis teóricos. Scolari también propone un acercamiento que permite apreciar los pros y contras de cada metáfora, sin con ello erigir a una de ellas como la mejor, pues cada metáfora ilumina ciertos aspectos de la interacción mientras que esconde otros; simplemente, existen metáforas que iluminan más que otras.

Las metáforas propuestas son: conversacional, instrumental, osmótica y espacial.

Metáfora conversacional

Esta metáfora constituye la primera visión y la más difundida entre los investigadores y desarrolladores de las primeras interfaces. En ella se presupone la existencia de un diálogo entre el hombre y la máquina, tanto hombre como máquina fungen como emisores y receptores. Sin embargo, la amplitud que se le da al término diálogo varía de acuerdo con los tiempos y los investigadores. Este tipo de metáfora está presente desde la época de la posguerra, cuando los desarrolladores perseguían la creación de la llamada máquina inteligente, capaz de seguir instrucciones dictadas por el hombre. Posteriormente esta metáfora se enriqueció, al menos de forma conceptual,

gracias a la película 2001: odisea del espacio, ficción en la que se muestra que una computadora conversa y razona junto con su usuario. Esas escenas se convirtieron en el hito que marcó el desarrollo de la inteligencia artificial.

Las primeras computadoras fueron el reflejo de esta concepción de la interacción (diálogo hombre-sistema). Su operador, un técnico altamente especializado —en muchos casos partícipe de la creación de la computadora o de los lenguajes de programación—, “conversaba” con la máquina digitando instrucciones en el teclado y recibiendo retroalimentación mediante una impresora. Años más tarde llegaron los monitores monocromáticos, en los que desfilaba una serie de instrucciones en lenguaje de ordenador. “La interactividad persona-ordenador remitía a una metáfora conversacional o dialógica: en este contexto proyectar una interfaz significaba diseñar una ‘conversación’ entre el hombre y la computadora” (Scolari, 2004: 48).

Estas primeras interfaces resultaban una esquematización de diálogo que intentaba prever todas las combinaciones de instrucciones y respuestas posibles. El operador de la máquina debía aprender la semántica específica de instrucciones y respuestas preestablecidas por el diseñador de la interfaz. Dicha semántica difícilmente superaba una estructura de condicionales (IF, THEN, ELSE, ELSE IF, FOR).

La interacción que permite este tipo de interfaz dista mucho de acercarse a un diálogo en lenguaje natural, razón por la cual muchas de las expectativas generadas en sus inicios se han convertido hoy en los principales argumentos de sus detractores.

El modelo teórico empleado para el desarrollo de esta metáfora se inspiró tanto en la semiótica como en los estudios del funcionamiento del cerebro humano bajo la ilusión de que, si se lograba comprender a cabalidad el funcionamiento del cerebro humano, se podría crear la inteligencia artificial en una computadora. Sin embargo, el funcionamiento del cerebro humano no puede sujetarse a un modelo determinista, razón por la que esta ambición no ha podido concretarse.

Un ejemplo de este tipo de interfaz lo tenemos en el antiguo sistema operativo MS-Dos, sobre el que flotaban las primeras versiones de Windows, quien fungía como un disfraz que escondía los procesos internos que ocurren en una computadora. Hoy día, sólo en condiciones excepcionales, como la instalación de algunas aplicaciones, es apreciable desde una ventana en una computadora con sistema Windows.

Otro ejemplo de este tipo de interfaz se presenta con todos aquellos que realizan trabajo de desarrollo de software o de internet, y que deben de programar utilizando lenguajes como C++, Ajax, Java, PHP, ASP, Cold Fusion, Action Script, entre otros.

La metáfora conversacional fue enriquecida a principios de los años ochenta con el arribo de la metáfora del escritorio mediante su apertura a los gráficos y al sonido. Sin embargo, esta metáfora esconde aspectos fundamentales para entender el proceso de creación de la interfaz. Me refiero a que ese supuesto diálogo no es más que una ficción preestablecida por los programadores de ella. Los usuarios “no dialogan directamente con el ordenador ni con los objetos representados en la pantalla, sino con el simulacro del diseñador” (Scolari, 2004: 77).

El teórico Mantovani afirma al respecto que “las personas usan los ordenadores, pero no pueden dialogar con ellos”. Por eso, ante la existencia de un fallo en el proceso de interacción entre máquina y ordenador, el primer reflejo era culpar al usuario, aún cuando en muchos casos era una falla de la interfaz o bien un vacío en ella, es decir, un elemento no previsto por el desarrollador de la interfaz, quien naturalmente es incapaz de cubrir totalmente el número de variables que pueden presentarse dentro de una interacción. Sin embargo, como esta metáfora esconde al programador, para restringir la idea de diálogo a usuario-ordenador, ante una falla el número de posibles culpables se restringía a dos, recayendo comúnmente en el usuario.

Metáfora instrumental

Esta forma de percibir la relación usuario-ordenador comenzó a formarse a partir de la salida al mercado del primer computador con interfaz gráfica (el primer modelo de Macintosh), los cuales se diferenciaban de los anteriores sistemas alfanuméricos debido a la interacción vía ratón con objetos gráficos encargados de enviar las instrucciones al sistema. Estos entornos gráficos fueron conocidos como WIMP (Windows, Icons, Mouse, Pointer). Otro apelativo que recibieron fue el de user-friendly debido a que proponían una nueva forma de interacción con la computadora.

El cambio a este tipo de interfaz resultó exitoso, aunque no de forma inmediata, y paulatinamente fue abriendo el mundo digital a millones de usuarios carentes de los conocimientos técnicos que imponían los anteriores sistemas de cómputo. Esta nueva presencia de objetos interactivos que decodificaban el lenguaje de la máquina en simples eventos de botón dieron paso al surgimiento del concepto de “manipulación directa” propuesto por Ben Shneiderman (1998), un punto decisivo para la transición de la metáfora de la conversación a la del instrumento.

Para que dichos objetos cumplieran cabalmente con su función de mediación entre el mundo digital de las computadoras y el análogo de los usuarios, tuvieron que ser identificadas en un plano que fuera familiar para el usuario: el escritorio de una oficina (desktop), que hasta hoy está presente en la gran mayoría de computadoras domésticas. Bajo esta metáfora se creó todo un entorno gráfico que envuelve el sistema, ocultando los procesos internos al usuario, y presentando en contraparte una alegoría icónica de herramientas, objetos e instrumentos que simbolizan acciones entendibles dentro del contexto de las tareas para las cuales se crean los programas. Con ello, el utilizador manipula dichos instrumentos de la misma manera que manipula un lápiz para escribir sobre un pedazo de papel.

La idea de la interfaz como una serie de artefactos que prologan nuestro cuerpo viene de tiempo atrás, de las reflexiones de Marshall McLuhan, padre fundador del modelo instrumental en *La galaxia Gutenberg* (1962), obra en que propone una panoplia de instrumentos que son, a sus ojos, ampliaciones de los órganos sensoriales o, dicho en las palabras de Edward T. Hall, quien fuera su maestro: “En nuestros días, el hombre ha desarrollado extensiones o prolongaciones para realizar casi todos los actos que antes llevaba a cabo sólo con su cuerpo. Según Hall, todas las cosas materiales construidas por el hombre pueden considerarse como extensiones de alguna parte de su cuerpo. Dos años más tarde, en *Understanding Media* (1964), McLuhan realizará el más grande inventario de objetos y procesos en clave extensionista, desde el vestido (extensión de nuestra piel) hasta la rueda (extensión de nuestro pies)” (Scolari, 2004: 60).

La visión instrumental, la extensionista y la de prótesis se conjugaron en la metáfora instrumental. La primera de ellas inspiró la creación de los llamados objetos inteligentes dentro de las interfaces, es decir, objetos presentes en las computadoras que permiten al usuario manipularlos. Esta manipulación directa es traducida a lenguaje de computadora para que ésta ejecute las acciones o instrucciones que el usuario indica, desde el botón que al oprimirse envía al sistema el código necesario para abrir o cerrar un programa, hasta la forma de un gráfico vectorial que el usuario modifica con el ratón sin preocuparse por los datos de la ecuación matemática que permite visualizar el objeto.

Bajo la concepción extensionista, se aglutinó la forma de ver a los objetos presentes dentro de la computadora como ampliaciones de los sentidos humanos. Computadoras que reconocen la voz y la convierten en texto, iconos que asemejan una mano con el dedo índice apuntando, una mano que se abre y se cierra para representar la acción de agarrar y soltar un objeto: un sinnúmero de analogías al universo motriz y sensorial del humano que sirvieron de inspiración para la creación de los iconos que componen la interfaz.

La concepción de prótesis, dispositivo que sustituye un órgano ausente o que extiende sus capacidades, inspiró a los teóricos que postulaban que la mejor prótesis o interfaz es la que desaparece

durante su uso. Por tal motivo, el desarrollo de los objetos que componen una interfaz debían de buscar el mayor grado de transparencia posible a fin de no obstaculizar la relación entre el sistema y el usuario, entre lo que éste quiere hacer y lo que el sistema puede hacer. De tal suerte, una interfaz que redujera al mínimo su presencia entre lo que se quiere hacer y la acción se constituía como la norma a seguir. Por ejemplo: en vez de solicitarle al usuario escribir los comandos de código necesarios para eliminar un archivo del sistema, se optó por mostrarle al usuario el icono de un bote de basura, para que éste, por analogía, entendiera que así como una hoja de papel se tira a la basura cuando ya no se necesita, un archivo de la computadora puede ser eliminado del mismo modo. Por tanto el bote de basura se convertía en un instrumento inteligente, capaz de interactuar con su operador mediante la extensión de un mundo familiar al usuario dentro del sistema digital de la computadora, por lo que los complicados procesos necesarios para modificar ese entorno digital desaparecieran o le resultasen al usuario tan “transparentes” (fáciles de hacer) como compactar una hoja de papel y tirarla al cesto de la basura que se encuentra al lado del escritorio.

La metáfora instrumental tuvo gran repercusión. Muchos de los más prestigiados y activos desarrolladores de software (interfaces) como Alan Kay, de Apple, explotaron al máximo esta concepción de interfaz, lo que dio como resultado que la gran mayoría de los programas de trabajo son diseñados bajo esta metáfora y, por ello, cuando alguien piensa en una aplicación digital seguramente tendrá en mente este tipo de interfaz.

Metáfora osmótica

El diseño de las interfaces consiste, en primer lugar, en dar forma a la membrana osmótica metafórica que separa al objeto del usuario. O sea, consiste en configurar oportunamente las superficies, las zonas y también, nos atrevemos a decir, las atmósferas de la adaptación entre el cuerpo del hombre y los aparatos. Entendemos el cuerpo como una puerta perceptiva de la mente y como puente ergonómico hacia la acción (Scolari, 2004: 12).

Durante mucho tiempo la concepción mecánica e ingenieril ha reinado en la construcción de todos los artefactos de uso del hombre, sean autos, aviones, muebles o electrodomésticos. Ni siquiera las computadoras escapan de esta visión que concibe el exterior del objeto como un mero recubrimiento, como una suerte de disfraz destinado a propiciar la venta, cuya única función es seducir con su superficialidad al comprador, es decir, un tema de diseñadores y mercadólogos. En cambio, la parte mecánica, técnica o tecnológica es el corazón del producto, un asunto de especialistas, quienes son los más capacitados para tomar las decisiones en torno a la creación del objeto.

A partir de los años ochenta una nueva visión de la interfaz comenzó a expandirse muy gradualmente. Esta visión se inspiró en estudios de ergonomía que buscan la mejor adaptabilidad de la interfaz de los productos a las características físicas y necesidades del usuario. En las computadoras esto inicia con el primer modelo Mac, pasando de una concepción meramente técnica a una de diseño y arquitectura de la interfaz, de la cual ya hablamos anteriormente. Sus competidores pronto aprendieron que el éxito o fracaso de la empresa podía depender del diseño de una buena interfaz. “La interfaz, en otras palabras, terminó siendo un problema demasiado importante para dejarlo en manos de los programadores” (Scolari, 2004: 67).

La metáfora osmótica es, precisamente, la concepción de la piel que recubre la interfaz. Es una superficie de contacto, de traducción, de articulación entre universos distintos. Este cambio en la concepción de la interfaz —de simple instrumento o simple diálogo de expertos a un entorno que establece un puente que comunica en ambos sentidos— es de vital importancia para la consolidación de los sistemas computacionales y del mundo digital por extensión.

La metáfora osmótica atiende exactamente a las necesidades de compatibilidad y adaptabilidad de las interfaces con el cuerpo y las necesidades del hombre. Se ocupa principalmente de la parte que

concibe la buena adaptación formal de los instrumentos, necesaria para que una interfaz funcione correctamente: un ratón capaz de ajustarse anatómicamente a la mano del hombre, el lugar de la obsoleta esfera colocada en el teclado de las primeras computadoras PC con ratón, el casi inútil punto rojo sensible colocado en medio del teclado de las laptops IBM-Lenovo, el desarrollo de pantallas táctiles que sustituyen al teclado y al ratón a fin de que el usuario interactúe abiertamente con la interfaz, así como el desarrollo de sistemas operativos funcionales que atienden mejor las verdaderas necesidades de trabajo.

En los inicios de este siglo (2002) Macintosh vuelve a revolucionar el mundo de la computación, esta vez mediante un cambio en el look. El modelo iMac G4 sintetizaba fielmente la nueva filosofía de los productos Mac, equipos de diseño y estilo vanguardista que hacían lucir como grotescas cajas al resto de las computadoras de la competencia. Sin embargo, este cambio de look no fue meramente superficial, pues implicó el uso de nanotecnologías que permitieron reducir las dimensiones superfluas de sus productos, sin afectar su rendimiento. Esta revolución fue parte de una estrategia de mercado que permitió a la empresa Apple salir de nueva cuenta de una inminente quiebra. Algo similar ya había ocurrido con su primer modelo de computadora, el cual sobrevivió gracias a la invención del lenguaje PostScript por parte de la compañía de software Adobe. El PostScript es un lenguaje o protocolo de intercambio de datos que permitía a las impresoras de computadora imprimir fielmente las tipografías (o al menos con mucha más fidelidad que las viejas impresoras de matriz de punto), lo que contribuyó a que Apple ganarse el nicho de mercado de las artes gráficas digitales.

Otro ejemplo de esta filosofía aconteció en 2007, cuando Apple revolucionó el mercado de los teléfonos celulares multimedia con la aparición de su iPhone.

Esta metáfora es entonces la directriz en torno a la creación física de los periféricos (elementos que se conectan al CPU) en un sistema computacional. Atiende o busca una mejor adaptación con el mundo del usuario, busca conjugar la ergonomía y el diseño de vanguardia para crear esa piel que recubre la circuitería interior y que establece el contacto físico con los usuarios. Esta metáfora es el modelo bajo el cual se analizan los trabajos de lo que hoy conocemos como realidad virtual y gran parte de las interacciones entre el hombre el producto.



i-pad, Apple

Metáfora espacial

La interfaz es el lugar de la interacción. O más precisamente: es la interfaz donde tienen lugar las interacciones. El autor del dispositivo de interacción y de su interfaz es el urbanista de este lugar, que lo plasma y hace posible frecuentarlo [...] O sea, interactuable. El usuario es el visitante o, mejor, el habitante que ofrece su propia finalidad y sus propias energías, su propia actividad. (Scolari, 2004: 40)

Esta metáfora es actualmente la mayormente aceptada por parte de los teóricos y de los diseñadores que, conscientes de los límites de las otras metáforas y de esta misma, piensan que es la que mejor representa el modelo de desarrollo y de interacción. Consideran a la interfaz como un espacio en el que se hace posible la interactividad entre el hombre y sus sentidos con el utensilio, objeto o artefacto diseñado para cumplir o ejecutar una determinada acción. “Estos y otros diseñadores coinciden en señalar que la mejor interfaz no es tanto aquella que se asemeja a un martillo, o sea, un instrumento que ‘desaparece durante su uso’, sino un espacio donde el usuario puede realizar las actividades deseadas como si estuviera en un entorno que le resulta familiar” (Scolari, 2004: 70).

La metáfora espacial concibe la interfaz como un entorno habitable. Su diseñador es el creador de ese micromundo, es él quien establece las leyes y reglas, es él quien pone los límites espaciales, pero no quien determina los acontecimientos, ya que cada usuario se encarga de darle vida a ese espacio propuesto por su creador. En este punto se presenta una clara analogía con los postulados de la obra abierta en el arte y su interpretación, así como de la concepción de la galería digital de arte que abordaremos posteriormente.

La concepción espacial de la interfaz se conjuga con la concepción teatral, para la cual la interfaz es como una puesta en escena en la que el creador es el director pero, a diferencia de una obra teatral, “el diseñador de interfaces no organiza una historia lineal sino una red abierta a la participación del usuario. Sin embargo, en ambos casos se crean representaciones escenográficas de los objetos y de los entornos que ofrecen un contexto para la acción” (Scolari, 2004: 70).

Esta concepción espacial-teatral-arquitectural es la que más se explota en la concepción de entornos interactivos como los videojuegos, los museos digitales y las comunidades virtuales en la internet. Ella ha ofrecido a los teóricos y a los diseñadores de software una concepción más amplia y flexible para su construcción y análisis como zonas de interacción y significación. Esta concepción de la interfaz ve a los softwares como elementos de creación de virtualidades en donde el usuario percibe, actúa y crea experiencias que van dejando marcas, similares a las de un excursionista que deambula por un valle.

Bajo esta postura, la interfaz cobra dimensiones similares a las de la obra abierta definida por Eco, lo que genera una dependencia intrínseca con el usuario, quien es el encargado de activar esta zona o espacio de interacción entre el universo analógico y el digital. La interfaz por sí misma no existe, es el usuario el que la activa. O dicho en términos semióticos: necesita de un sujeto que la actualice.

Finalmente, la metáfora espacial se opone a la concepción instrumental y conversacional de la interfaz, ya que la interfaz, al igual que el lenguaje, no es un simple medio de transmisión de la información, sino un entorno habitable.

Las metáforas en el contexto actual

Todos los modelos metafóricos de la interfaz han sido consecuencia de un determinado desarrollo tecnológico y de un contexto específico que ha favorecido su implementación, ya que sin duda la metáfora espacial —por ejemplo— no hubiera sido realizable en los albores de la computación; en cambio, en el contexto actual, favorece más el desarrollo de interfaces inversivas en entornos tan ampliamente desarrollados e interconectados como lo es la internet. Las ideas de viaje y descubrimiento se conjugaron con la idea de inmersión dentro de un espacio virtual (el ciberespacio), lo que

influyó en la creación de interfaces como Netscape, cuyo icono o imagen distintiva —un timón de barco— ejemplificaba la idea de navegar a través de la red de computadoras e interfaces interconectadas, de la misma forma que Explorer nos introducía a la idea del explorador que deambula por el universo.

Si bien estas y otras interfaces comenzaron con una fuerte inspiración instrumental, heredada de los softwares de trabajo, fue a medida que la internet se consolidó como medio que los buscadores, navegadores y sitios web en general comenzaron a rediseñar sus interfaces para ajustarlas a esta nueva metáfora inmersiva, en oposición a la metáfora instrumental. Es decir, no estaban directamente relacionadas con el trabajo, sino más bien con el ocio y el descubrimiento, razón por la cual una interfaz gráfica que asemeje una caja de herramientas —como los softwares— queda descontextualizada y puede provocar interferencias en la asimilación de la metáfora, que a final de cuentas es la llave que introduce el mundo digital de las máquinas al mundo analógico de su operador.

Por otro lado, las distintas metáforas mencionadas anteriormente no son excluyentes. Por el contrario, muchas de ellas coexisten y se complementan en la creación de diversos tipos de interfaces. De hecho, su labor es más del lado del análisis teórico y de la conceptualización de la interfaz que de la producción, pues muchas de las interfaces que se han creado han surgido sin que su creador tenga en mente el concepto de metáfora de la interfaz.

En la época actual todas estas metáforas siguen presentes en el desarrollo de las interfaces digitales, las cuales se apoyan en el modelo metafórico que mejor intérprete sus objetivos, programas de trabajo (metáfora instrumental), programas para el desarrollo de otras interfaces (metáfora conversacional), aspecto físico de los equipos digitales (metáfora osmótica), experiencias web, redes sociales, videojuegos, y aplicaciones inmersivas (metáfora espacial). La elección de la metáfora no siempre se da de forma consciente, sino que es la propia tradición y evolución de las interfaces la que la determina, lo que permite que una nueva interfaz cubra las expectativas y referentes del usuario cuando se enfrenta a ella por primera vez, para así poder manipularla fácilmente.

La importancia de las metáforas radica en su gran poder de consenso y de transmisión de conocimientos, lo que permite dilucidar el complicado mundo de las interacciones y de las significaciones que acarrear los entornos digitales y de comunicación en general. Como lo expresa Carlos Scolari, las interfaces distan mucho de ser medios transparentes que, por realizarse en automático, no intervienen en los procesos de significación; por el contrario, esos procesos supuestamente automáticos entretejen un sinfín de campos semánticos que determinan en mucho la comunicación que se entabla entre un objeto, su interfaz, su creador y el usuario.

En el caso de las galerías digitales, estos procesos de significación han sido, por así decirlo, ignorados o no aprovechados como elementos de comunicación, debido a que se ha buscado automatizar la mayor parte de las interfaces digitales a fin de que le resulte fácil a cualquier usuario controlarla. Sin embargo, en ese supuesto automatismo se pierde de vista la importancia que cobra la interacción del hombre con la interfaz y con ello se ha desaprovechado, desde la óptica de esta tesis, el auténtico potencial de la interfaz digital en el desarrollo de las galerías digitales de arte. Lo anterior se debe a que en su confección simplemente se han retomado las metáforas aplicadas a las interfaces de otros medios —internet y softwares— que, en el mejor de los casos, han generado la buscada transparencia de la interfaz.

Sin embargo, cabe reflexionar sobre qué tan pertinente es la transparencia y el automatismo en el contexto específico de la galería de arte, debido a que ello presenta una cierta disyuntiva entre una galería digital que desaparece —el espectador se concentra en apreciar la obra de arte, como hasta ahora ocurre con mayor o menor eficacia— y una galería digital que cobra presencia al integrarse a la obra que muestra, en la que los procesos de interacción son relevantes, perdiendo la transparencia y convirtiéndose en elementos adicionales de la metáfora general de la obra artística que el autor plantea en su obra. En ese entendido, los elementos de la interfaz fungen el papel de catalizadores o transmisores de la experiencia estética ligada a la obra de arte.

CAPÍTULO 5

La galerías digitales de arte

Transparencia de la interfaz en una galería digital de arte

En este punto resulta relevante analizar el concepto de transparencia de la interfaz, que anteriormente se definió como el automatismo que se genera en el uso de las interfaces, al llegar a un punto en el que el usuario ya no es consciente de los procesos y acciones necesarias para su uso, con lo cual se puede concentrar en el trabajo o tarea que realiza y no en el uso de la interfaz. La revisión de este concepto es necesaria debido a que, en la perspectiva de una galería digital que se integre a la experiencia estética que genera la obra de arte, no basta con que el usuario o espectador de la obra sea capaz de conducirse fácilmente y sin distracción a través de la interfaz.

Es decir, al igual que la obra de Carlos Scolari, esta tesis pugna por algo más que simplemente esconder los procesos de significación que se llevan a cabo mediante la transparencia de la interfaz. Apuntamos la necesidad de dar fuerza y visibilidad a dichos procesos dentro del contexto de la metáfora del arte, a fin de integrarlos a la recreación de la experiencia estética. Sin embargo, el camino que proponemos para lograrlo no se basa en estudios semióticos o cognitivos, sino en la experimentación propia de la actividad artística, en su integración a los procesos creativos y a los canales de comunicación propios del arte, es decir, a la subjetividad, a lo sensible, a lo metafórico, al discurso poético.

En los términos hasta ahora vistos, la transparencia de una galería de arte digital se da cuando el usuario controla de manera automática la interfaz, debido a la familiaridad que tiene de los elementos que la componen por su uso repetitivo. Así, los elementos visuales empleados para su construcción, botones, iconos y demás metáforas visuales provenientes de otras aplicaciones digitales se convierten en simbologías universales que facilitan su asimilación. Un ejemplo de ello es esta galería que puede ser utilizada gratuitamente por cualquier persona:

<http://www.simpleviewer.net/simpleviewer/examples/modern/>

La transparencia de dicha interfaz es algo positivo, sobre todo si lo contraponemos a su antagonista, que sería una interfaz burda que lejos de permitir la contemplación de las obras que contiene la galería, obstaculiza la difusión de los contenidos, como sería el caso de la siguiente interfaz. En ella, el usuario pierde bastante tiempo entre botones y distracciones antes de poder apreciar una imagen de calidad satisfactoria.

<http://www.astromia.com/fotouniverso/index.htm>

Si apreciamos estas premisas de construcción de la metáfora de la interfaz, podemos ver que resultan más propias de las metáforas muertas (en los términos de Ricoeur) y, por lo tanto, más cercanas a la retórica que a la metáfora artística, pero que no contribuye en nada a recrear la experiencia estética en la contemplación de los contenidos de la galería. Lo anterior es ocasionado por la carencia de novedad en la galería. Si bien no nos distrae de la obra, sí genera una cierta desventaja cuando intentamos la comparación con una galería como la del primer ejemplo, que pertenece a lo que definimos como la vanguardia (en este momento) en los medios digitales: las experiencias web.

<http://cmiscm.com/>

Lo anterior puede generar una aparente contradicción entre una galería transparente (sumamente asimilable, que permite a su utilizador concentrarse en las obras mostradas, pero que no resulta muy atractiva en el contexto de las interfaces actuales) y una galería vanguardista (que atrae a los espectadores con su innovación, pero cuya utilización no se da de forma automática debido a que modifica algunas de las reglas y cambia los elementos tradicionales de la navegación o utilización de una galería digital).

Analizando más a fondo y dentro del contexto actual del uso y familiaridad con los medios digitales, podemos apreciar que dicha contradicción no existe, debido a que la modificación que presenta el tercer tipo de galería mencionado no es producto de una violación a las reglas de la navegación o utilización de una galería digital, sino que son producto de un cambio en la metáfora que rige la construcción de la interfaz, que pasa de una concepción instrumental (el primero de los ejemplos) a una metáfora espacial (en el último). Este cambio implica una consecuente modificación de los elementos de navegación y, sin embargo, no afectan a los fines de la galería, debido a que la modificación de los elementos semánticos (elementos de navegación) no alteran ni dificultan el objetivo de la interfaz: simplemente proponen una nueva estructura semántica a un usuario contemporáneo acostumbrado al uso de interfaces digitales. Lejos de constituirse en un contratiempo, se convierte en un elemento extra que despierta el interés del usuario, debido precisamente a que el abandono de la transparencia exige al usuario prestar una mayor atención para poder descubrir los nuevos elementos semánticos que la metáfora espacial propone.

Este paso a una metáfora espacial no sólo significa cambiar los iconos de herramientas a instrumentos de viaje. Implica modificar la concepción total de la interfaz para que ésta cree un espacio habitable por el usuario, quien recorre las opciones que el diseñador de la interfaz ha creado. Es, por así decirlo, mover la metáfora de lugar, pasando de la simple creación de iconos y elementos visuales hacia el centro de la concepción misma de la interfaz.

El desplazamiento del lugar de acción de la metáfora repercute positivamente en la creación de sitios web, debido a que permite integrar de forma dinámica e interactiva sus contenidos de acuerdo con una concepción creativa de la navegación o uso de la interfaz, en la que la participación del usuario contribuye a generar una experiencia estética, y esto es el fundamento de las denominadas experiencias web: una interfaz flexible que se integra perfectamente con el tipo de interfaz que buscamos para la creación de las galerías digitales de arte.

Ejemplos:

<http://www.2gh.de/>

<http://imm-g.com/>

<http://www.quantzphoto.com/#/portfolio/perfect%20man>

Las galerías digitales de arte

Ahora bien, si analizamos más a detalle estas experiencias web, interfaces que podemos situar como el paso previo a la construcción de la galería digital de arte que buscamos, se pueden apreciar tres características esenciales:

- 1) Están principalmente diseñadas para presentar contenidos visuales tales como imágenes, videos, animaciones, 3D, razón por la cual son creadas principalmente como portafolios de trabajo de despachos de diseño, profesionales de la imagen y grandes marcas, cuya estrategia de máquetin está ligada a la venta y creación de estilos de vida.
- 2) Se basan en la calidad gráfica de sus elementos y en el uso de un sofisticado nivel de interactividad, lo que consigue que cada elemento de la navegación adquiera relevancia y despierte el interés del usuario.
- 3) La navegación y los elementos visuales empleados para controlarla forman parte de la concepción metafórica que rige la construcción de la interfaz. Dichos elementos, lejos de desaparecer, cobran relevancia como objetos que refuerzan la sensación que se desea transmitir al usuario.

Esas características pueden ser relevantes en la creación de galerías digitales de arte pues, al aplicarlas en su construcción, se puede generar una interfaz que catalice la recreación de la

experiencia estética ligada a la obra de arte. Pero para que ello sea posible y se cumpla con los objetivos de difusión de la obra y de experimentación artística, hay que replantear nuevamente el punto de acción de la metáfora. O mejor dicho, hay que explotar al máximo esta maleabilidad característica de las interfaces para ajustar su construcción de acuerdo con la metáfora presente en la obra de arte que contendrá. Y en este sentido entonces se modificaría no solamente la construcción de la galería digital de arte, sino que también se movería de lugar la transparencia de la interfaz. En otras palabras, el cambio implicaría que la transparencia de una galería digital de arte debe darse en el momento en que ella se integre a la obra y que su manipulación o interacción sea un elemento que contribuya a los objetivos estéticos y sensibles de la obra en su conjunto.

Es decir, dicha transparencia se dará en el momento en que el espectador no sienta la interfaz como tal, no porque ésta desaparezca, sino porque que forma parte de la experiencia que brinda la obra de arte ahí contenida. Para lograrlo no basta que el usuario de la interfaz sepa qué botones oprimir para desplazarse de una obra a otra, sino que, al hacerlo, se contribuya a la recreación de la experiencia estética planteada por el artista. En ese sentido, la transparencia se da no porque los elementos visuales presentes sean familiares (metáforas muertas, taxonomías) sino porque estos elementos son innovadores, informativos y claros (metáforas vivas), ligados a los contenidos de la obra presentada, aunque con ello se pierda el automatismo de la interfaz. De hecho, tal vez sea necesario que ello ocurra, en aras de construir una interfaz innovadora que sorprenda a su usuario.

Nos serviríamos de esta concepción metafórica de la actividad artística y de la construcción de interfaces para establecer los nexos entre la obra de arte y la galería digital de arte, entendiendo la creación de esta última como una interfaz que se genera a partir de una concepción metafórica de la relación binómica hombre-interfaz y, en nuestro caso espectador-obra de arte.

Por tanto, el artista es el indicado para generar conceptualmente estos nuevos elementos o metáforas destinadas a regir la interacción del espectador con la interfaz y por añadidura con su obra gráfica, ya que, al igual que en la obra de arte, es el artista quien establece las reglas de ese juego llamado interpretación subjetiva de una obra de arte. La obra artística busca de forma franca la recreación de una experiencia estética pura, la cual se genera ante el entendimiento de la sensibilidad que ella transmite, un entendimiento subjetivo que no busca la verdad sino el conocimiento a través de las emociones. El artista crea para ello metáforas de su mundo, ficciones que reflejan sus preocupaciones, intereses y su visión del arte, en las cuales se reflejan a su vez las del espectador. Cada obra puede contener más de una metáfora o bien integrarse globalmente a una más amplia construida por el conjunto de las obras de un artista, lo que crea un microuniverso sensible destinado a explorar y representar las emociones de su creador y de su espectador. La galería digital de arte se convierte en el espacio que lo hace posible, al poner en contacto a la obra de arte con el espectador.

Llegados a este punto es importante reflexionar la relación de la galería digital de arte y la obra, pues las especificidades y particularidades de cada obra de arte y de cada artista hacen que el proceso de creación de la interfaz de la galería digital de arte se vuelva en un acto igualmente específico y especializado.

De igual manera, es remarcable que ciertas obras y géneros de arte se integran más fácilmente que otros a la galería que se propone. Mas allá de la evidente contraposición de una obra digital versus una análoga, pensemos por ejemplo en una pintura en la que los claros oscuros, las impresiones dejadas por el trazo y las pinceladas del artista resultan un elemento fundamental dentro la experiencia que la contemplación de la obra significa. Es entonces natural que su tránsito al medio digital exija más consideraciones que las de una fotografía. Asimismo, aun cuando se hayan tomado todas las medidas necesarias para conservar al máximo las cualidades la obra en su tránsito a lo digital, ello no garantiza que el espectador pueda apreciarlas, debido a que agentes externos — como la calibración de cada monitor — afectan notablemente la apreciación de la obra mediante su sustituto digital.

Es precisamente en este punto que los detractores de las galerías digitales —y, en general, los detractores de la apreciación de la obra de arte análoga mediante un monitor— encuentran uno de sus mayores argumentos de desprestigio del medio.

Sin embargo, ante esta debilidad es necesario recordar el papel de los sustitutos que mencionamos en el capítulo anterior y su función dentro de los objetivos del museo consagrados a la difusión de la obra de arte. Entender las digitalizaciones de la obra de arte análogo como sustitutos es precisamente lo que redime su valor, pese a las posibles imperfecciones que presenta. El sustituto, como mencionamos, cumple la función simbólica de suplir algo ante su ausencia, su labor va más allá de la simple suplantación. Algunos tienen funciones experimentales, otros ayudan al estudio de la relación obra-espectador. Un sustituto no busca remplazar la obra de arte original. De igual manera, la apreciación de dichos sustitutos digitales no es antagonista de la experiencia que la contemplación directa genera.

Es necesario entender que las galerías digitales no buscan remplazar la contemplación de la obra en los museos. Por el contrario, busca motivarla, pues apunta en la misma dirección que las otras actividades del museo. Sus objetivos se encuentran ligados a la obra, al artista, al espectador y la recreación de la experiencia estética. Por ello, lejos de competir con el contacto directo, lo promueve; lejos de demeritar o interferir la relación artista-arte-espectador, la incentivan.

Y si a este valor del sustituto digital se agrega el hecho de que esta interfaz no sólo busca la presentación de la obra sino contribuir a la experiencia estética que implica la contemplación de la obra mediante su integración a la metáfora planteada por el artista, entonces su contemplación puede resultar significativamente mejor que la de aquellas galerías convencionales ligadas más a la publicidad que al arte.

En el caso de obras cuya naturaleza genética es digital, la galería digital de arte se convierte en el medio ideal para su difusión, debido a que comparten la misma estructura como imagen latente, lo que les permite evolucionar y metamorfosearse a medida que el medio digital evoluciona.

Este amalgamamiento de la galería con la obra, lejos de pretender ser una mera adición cosmética, pugna por modificar la concepción de galería digital. De simple vehículo de difusión de la obra, quiere ser partícipe de la creación de la experiencia estética, y para ello hay que destacar la importancia de la galería digital de arte como un medio de experimentación extra para el arte y el artista, precisamente porque la maleabilidad de las interfaces digitales y la renuncia al automatismo en su navegación abren la posibilidad a una experimentación con objetivos estéticos. La importancia de la experimentación, como en cualquier manifestación artística, es fundamental; en el caso de la galería digital de arte propuesta, esta experimentación y sus implicaciones en el espectador pueden ser medidas y cuantificadas, debido a la bidireccionalidad que distingue a medios digitales como la internet.

La galería digital de arte tiene la virtud de potencializar la difusión de la obra, además de ampliar el objetivo de la educación de los públicos, debido a que su naturaleza digital permite la omnipresencia, por lo cual llega a un mayor número de espectadores y contribuye con ello a abrir espacios de difusión para el arte. Es por ello que en este punto resulta interesante reflexionar sobre la importancia de la participación del artista en la realización de las galerías digitales que contendrán su obra, no como una forma de control, sino como una forma más de producción y experimentación artística.

En el capítulo anterior se mencionó, parafraseando la obra de Carlos Scolari, que los desarrolladores de interfaces pronto se dieron cuenta de que su creación era algo demasiado importante y complejo como para dejarlo solo en las manos del programador. Asimismo, puede decirse que una galería digital de arte es tan importante y específica como para dejarla únicamente en manos ajenas a las del artista o de gente especializada en la obra que ella contendrá.

Pongamos un ejemplo. Cuando una obra o una serie de ellas son expuestas en un museo, existe un grupo de profesionales (museólogos, museógrafos y curadores) que intervienen en el planteamiento y realización de la exposición: la curaduría en general, el planteamiento del espacio y la disposición de las obras en la galería, entre otras cosas, todo con el objetivo de acercar la obra y sus contenido sensible al público y cumplir con ello los objetivos que mencionamos anteriormente. Por otro lado, cuando la exposición se realiza en una pequeña galería pública o privada, existe una participación activa del artista en su planteamiento y realización. En contraparte, cuando se trata de una exposición digital, gran parte de este planteamiento se pierde; en ocasiones el artista, por desconocimiento o por desprecio del medio digital, deja todo en manos del realizador o realizadores de la interfaz digital. ¿Por qué restar importancia a un medio que puede acceder a un mayor número de personas y contribuir significativamente en la difusión y reconocimiento de la obra?



Hombre en barca, Ron Mueck



Sin título, Robert Morris

Vayamos más allá. Si la concepción moderna de galería de museo permite su intervención y modificación espacial para ajustarse a la obra y potencializar la experiencia estética, ¿por qué en su par digital únicamente nos conformamos con una simple presentación secuencial de la obra?

¿Por qué atar un medio altamente flexible como lo es el digital a sus expresiones más elementales?

¿Por qué se piensa en la intervención, instalación, y modificación de espacios físicos análogos y no en la de los digitales, aún cuando estos últimos requieren de una inversión de recursos similar o inferior a los necesarios en los espacios análogos?

Una de las respuestas comunes a las anteriores interrogantes es que el artista o los responsables de la difusión de la obra no cuentan con los recursos o conocimientos técnicos necesarios para realizar tal empresa. Sin embargo, esta respuesta es superficial, porque ni el artista, ni el curador o el museólogo se encargan de la instalación de muros falsos, de luminarias y demás elementos necesarios para preparar una galería para una exposición. Dicho trabajo es delegado a personas con los conocimientos necesarios, los cuales son dirigidos a fin de que realicen el proyecto planeado. Siguiendo esta misma lógica, en el caso de una galería digital no existe impedimento para que su realización técnica sea confiada igualmente especialistas que sean capaces de realizar lo planeado, sin que por ello se pierda el rumbo del proyecto.

Esta desatención del medio digital, como ya se mencionó, es producto del desconocimiento y la insipiencia. Afortunadamente es un proceso que tiende a revertirse a medida que las nuevas generaciones, más habituadas y conscientes de la importancia del medio, comienzan a ganar espacios. Espacios digitales prístinos listos a su intervención de los que el arte no deberá desentenderse

sino explorarlos, experimentar con ellos, utilizarlos a favor de la actividad artística, del desarrollo de discursos poéticos que hagan posible la creación de nuevas metáforas que refuercen e impulsen la experiencia estética pura y desinteresada.

Todo esto cobra particular importancia porque dichos espacios hoy se encuentran saturados de mensajes retóricos que en muchos de los casos sólo persiguen un fin económico, el cual se vale de expresiones visuales que crean experiencias estéticas no puras, sino ligadas subliminalmente a fines consumistas. Un paisaje extraordinario que vende cigarros o autos, la belleza del cuerpo humano y el erotismo ligados a cualquier producto desechable de nuestras sociedades neoliberales y un largo etcétera que igualmente dominan los medios analógicos de difusión.



Modelos de Victoria Secret, Revista GO, septiembre 2008

La existencia de este tipo de mensajes retóricos destinados al consumo e imágenes realizadas con este encargo no son despreciables y perversas por sí mismas. El problema real se encuentra en la saturación visual apabullante de este tipo de experiencias sensibles condicionadas, que generan desequilibrios sociales, como los que se viven actualmente: anorexia y bulimia ligadas al estereotipo de belleza, objetualización del cuerpo femenino, marginación y exterminio de estéticas y expresiones culturales que no encajan con la visión globalizadora imperante, entre otras, son producto de esta disparidad en la difusión entre las imágenes de arte y las comerciales. Un hecho que resulta preocupante pues, como se menciona capítulos atrás, la imagen revela un poder mimético que se manifiesta en dos sentidos, el de la imagen que copia al mundo y el del mundo que se modela a través de ella.

En este orden de ideas podemos decir, por ejemplo, que una imagen artística que aborda el tema de la belleza femenina, a diferencia de una imagen publicitaria, se presenta como una exploración subjetiva que no busca imponerse como el estereotipo a seguir, que excluye a todo aquel que no lo comparta o pertenezca a él, sino que por el contrario sólo refleja la visión particular de su creador. Sirve también como arcilla fresca para que cada humano modele a través de ella su propia y subjetiva percepción de la feminidad y de lo bello, en vez de imponerse como retórica publicitaria que no

permite réplica alguna, y que como se aprecia en la imagen extraída de la revista GO de septiembre 2008 (página anterior), en la que se presentan distintos modelos de físico muy parecido —como una suerte de producto de serie con ligeras variaciones— se crea una homogenización remarcable con consecuencias en ocasiones aberrantes. La imagen de arte escucha más de lo que habla. No impone; persuade, sugiere. No dice “esto es lo bello”, sino “esto me gusta”.

Cuanto más espacios se ganen para las expresiones artísticas, más se contribuirá al equilibrio, además de que se impulsará la función de educación que desempeñan los museos, pues en la medida en que un individuo es capaz de conectarse con su propia sensibilidad y aprender de ella, se ganan públicos que disfrutan y apoyan las expresiones artísticas, además de que se ayuda a crear sociedades más sanas y menos manipulables.



La gran bañista, Jean Auguste Dominique Ingres

Otro aspecto importante del modelo de las galerías digitales de arte propuesto es su posible contribución a la función de estudio de la obra, debido a la bidireccionalidad del medio digital, que permite la retroalimentación hacia el artista por parte del público. Esta retroalimentación no está condicionada en tiempo y espacio, sino que es abierta y atemporal (siempre y cuando la interfaz sea desarrollada bajo esta premisa). Es así que el estudio de una obra análoga o digital puede enriquecerse mediante el análisis de los efectos que sus sustitutos digitales generen en los públicos, quienes pueden transmitir al artista sus impresiones en tiempo real mediante el uso de la misma interfaz.

Por otro lado, en el caso de las imágenes cien por ciento digitales, es decir, creadas enteramente en un medio digital —fotografías construidas y manipuladas, gráficos 3D, animaciones, técnicas mixtas y demás—, el medio digital se convierte en la forma más apropiada de estudiarlas pues, a diferencia de sus pares análogos, las imágenes digitales son imágenes mutables, no representan un fragmento congelado del tiempo y el espacio, sino que representan una posibilidad en ese mismo tiempo y espacio. Representan una interpretación y construcción de un mundo diferente.

Una imagen analógica no permite fácilmente una morfogénesis continua después de que la obra ha sido terminada. En cambio, las imágenes digitales pueden ser modificadas casi infinitamente, pues los bits que la componen pueden ser reordenados y alterados para modificar la imagen, cosa que es muy difícil de realizar en las imágenes construidas con átomos.

La imagen digital esté viva (metafóricamente): muta, cambia, evoluciona, puede corromperse, infectarse y desaparecer. Lo único que no puede es envejecer. Sólo envejece el lenguaje con que se creó, pero ella por lo general puede fácilmente mudarse a uno nuevo y continuar en el mismo estado.

Cuando una imagen digital es exportada al mundo analógico ofrece únicamente un fragmento de sus posibilidades expresivas. Es como si le tomásemos una instantánea, que nos muestra sólo un fragmento de su tiempo y espacio. Es decir, nos encontramos frente a la representación visual análoga de la imagen digital. Un monitor, en cambio, se presenta como una ventana al mundo digital donde vive esa imagen, un mundo dinámico en el que las cosas ocurren, contrario a la representación análoga, donde ya nada o muy poco puede ocurrir. Por ello la galería digital se erige como un medio idóneo para el estudio de la imagen digital.

Bajo estas dos ópticas, análogo-digital y digital-digital, se puede decir que la galería digital de arte supera el mostrar para convertirse en una interpretación y/o en una representación.

Es una interpretación cuando muestra sustitutos digitales de las obras análogas, sustitutos que cumplen un objetivo de acercar la obra a los espectadores, despertando el interés por la contemplación de las obras originales cuando sea posible. Esta interpretación se da en la medida en que la interfaz presentada se constituye como una puesta en escena que muestra las obras de arte a partir de una concepción dirigida y planeada por el mismo artista o por especialistas en las obras a mostrar, como ocurre en cierto sentido con las interpretaciones que las orquestas sinfónicas o filarmónicas hacen de la obra y sensibilidad de los compositores, donde la sensibilidad de los intérpretes y del director son primordiales.

Es una representación en la medida en que galería y obra comparten la naturaleza digital. La obra no se presenta vía sustitutos sino en directo, mediante representaciones, como ocurre con las obras cinematográficas. Pero, a diferencia de una galería común de internet, el artista y creador es también el concepto o director de la interfaz que las difunde, lo que reditúa en la integración metafórica que se busca entre obra e interfaz.

En ambos casos, la galería digital de arte tal como la proponemos añade la posibilidad de fungir como terreno de experimentación de la plástica, la estética y de las interacciones entre la obra y su público. Esto se debe a su comunión con la actividad metafórica que implica la creación de la obra de arte, de tal suerte que su propia creación está ligada al objetivo común de cada una de las piezas que integran el trabajo del artista.

La internet y las galerías digitales de arte

Con un mínimo de recursos económicos y tecnológicos, la web permite la difusión de contenidos casi a nivel mundial, sin restricciones, sin censuras, y con una autonomía de creación y gestión que resulta ideal para el artista que se proponga la experimentación en los medios digitales y la difusión de su obra. Los contenidos difundidos en el ciberespacio pueden ser accesibles en cualquier momento y cuentan con una penetración que empieza a superar los medios convencionales.

La internet se erige como el medio por antonomasia para la difusión y creación de las galerías digitales de arte propuestas. Estas galerías se escapan de las concepciones convencionales de interfaces al estilo PowerPoint o galería comercial, más parecida a un escaparate de productos destinados a la venta. Considero que esas concepciones son insuficientes para la difusión de arte, debido a que se estructuran a partir de discursos retóricos y taxonómicos que buscan el automatismo en los procesos de significación mediante el uso de sitios comunes que favorecen la manipulación de la interfaz, pero que son prácticamente nulos en su aporte a los discursos poéticos ligados al arte, lo cual va en contra de la visión creativa de la metáfora viva.

La concepción de la galería digital de arte se asemeja más a la visión moderna de las galerías en los museos, en la que el artista, el curador y el museólogo juegan con el espacio para mostrar las obras de arte, ya no a manera de simples cuadros colgados en la pared con una línea de seguridad, sino como un espacio físico donde el artista integra su obra para buscar sorprender al espectador y potencializar la experiencia estética. La concepción de galería digital de arte se asemeja más a una galería de museo intervenida por el artista. Se asemeja más a una instalación que a una exposición.

Esta visión busca amalgamar la naturaleza de los medios digitales con la subjetividad de la experiencia estética, el poder informativo y sensible de la metáfora viva con los procesos de significación que se generan durante el uso de una interfaz. Si bien puede insertarse dentro del Art Net, no es una propuesta excluyente de las otras disciplinas artísticas, pues el objetivo no es crear obras de arte: ese punto se deja para la técnica y medio de expresión que cada creador escoja. Se trata de crear galerías digitales de arte cuya concepción se rija por la plástica y la metáfora de la obras que presenta. Es en la integración de las obras con el medio que las difunde como se busca otorgar el control de su difusión al creador; se busca generar metáforas vivas que puedan contribuir o formar parte de la experiencia estética sensible y subjetiva ligada a la obra de arte.

Lo anterior se combina con la flexibilidad de la internet y otros medios digitales como espacios fluidos, interactivos y atemporales. En estos espacios la virtualidad de la obra artística puede cobrar una mayor presencia a partir de imágenes que no buscan provocar el consumo, contrariamente a su par publicitario, que desmedidamente domina todos los medios masivos. Pugno por un equilibrio de fuerzas necesario en el contexto actual del dominio de la imagen sobre las demás formas de comunicación.

La internet otorga al artista que así se lo proponga la libertad de fundir su visión del arte con la estética digital, ya que el ciberespacio es un medio elástico, capaz de incorporar muchos otros medios (sonido, imagen fija y en movimiento, texto, interactividad, entre otros), lo que abre el abanico de posibilidades para la experimentación y la búsqueda de la experiencia estética. También brinda al creador un espacio de retroalimentación sumamente necesario en los procesos creativos, gracias al posible flujo de información en dos direcciones, contrario a muchos otros medios unidireccionales (como la TV).

Por lo general, la internet es un medio abierto tanto en sus contenidos como en las tecnologías y técnicas necesarias para su construcción. Su poder de penetración en los públicos jóvenes supera con creces el de los medios tradicionales, además de que participa activamente en la construcción de un nuevo modelo de interacción social y de percepción del mundo, similar a los cambios creados por la fotografía, la radio, el cine o la TV.

Sin embargo, para el tema que nos compete es necesario modificar algunos esquemas de percepción de los contenidos difundidos por la internet, empezando por el de la percepción de la imagen. A partir de la inclusión de ésta en el mundo digital se ha generado una auténtica revolución que Philippe Quéau ha señalado como “el corte epistemológico”, debido a que ha roto con la naturaleza del lenguaje de la imagen análoga y la electrónica, donde la imagen existía como un ente cautivo e inmóvil y un cambio en el medio de difusión no significaba forzosamente el surgimiento de una nueva imagen. En la imagen digital, como indica Quéau, “a partir de ahora, la imagen se ha convertido en un objeto moldeable y modelizable” pues en la imagen digital los mismos bits que constituyen una imagen pueden ser modificados fácilmente para crear una nueva imagen sin reminiscencias de pasado (Deloche, 2001: 190).

Lo anterior resulta de suma relevancia porque, como apunta Deloche, esta nueva naturaleza de la imagen hace posible la creación de un mundo de imágenes. “La aparición del grabado y, luego, la del libro de imágenes y las revistas; más tarde, de la televisión y el video, ya habían dotado de una nueva soberanía a la imagen, a la vez que la alejaban de su función de ídolo. Pero hasta entonces, la exploración de la imagen se hacía confines de culto, de documentación, de información, de propaganda, etcétera; la imagen no era sino un instrumento, pero nunca se había llegado a instaurar un mundo de imágenes propiamente dicho, es decir, una realidad totalmente paralela, un auténtico doble mantenido por la sofisticación de los adelantos técnicos” (Deloche, 2001: 194).

Este mundo de imágenes y de datos es el llamado ciberespacio, en el que se crea paulatinamente un ecosistema regido casi por las mismas leyes que las del mundo exterior. En este nuevo espacio habitable las generaciones más jóvenes entretienen sus redes sociales y cognitivas. Por ello es importante trasladar hacia él la búsqueda y creación de las experiencias estéticas, no por un interés económico o por moda, sino porque el mismo relevo en la generación de artistas y de públicos conduce hacia ahí.

Otro esquema que es necesario cambiar es el del museo afectado por esta nueva situación pues, tal como indica Deloche,

El museo no se siente, al menos en apariencia, implicado en esta mutación social. Así lo demuestra el hecho de que acceder a la web le interesa esencialmente, por no decir exclusivamente, para ampliar y mejorar su visibilidad desde el exterior; porque nadie quiere perderse esa cita que mezcla un poco de futurismo con la actualidad y que le da a la institución plurisecular la falsa sensación de rejuvenecer poniéndose a la moda. Pero, en cualquier caso, el museo siente por ese mundo paralelo el mismo interés que por el precio de la entrada, por ejemplo, o el menú de la cafetería. Desde ese punto de vista, parece que estamos asistiendo una vez más a una cita fallida del museo con aquello que podría tener más afinidad con él, es decir, el mundo de las imágenes... En definitiva, el museo utiliza la informática, las nuevas imágenes, la web con los mismos fines que, por ejemplo, una cadena de hipermercados. Es posible, por tanto, que el acceso de los nuevos medios de comunicación a los museos sólo sea tratado como un fenómeno de moda, con todo lo que ello conlleva de efímero y de riesgo (Deloche, 2001: 197).

En este contexto es necesario entender que la relación pasiva que se establece entre el museo y su visitante no puede mantenerse en el panorama de las galerías digitales de arte. El medio digital que las acoge plantea como premisa la interactividad, el espectador es un agente activo que con sus acciones determina los flujos de información y también su presencia, temporalidad y relevancia, entre otras cosas. La internet tiene sus propias reglas, mismas que hay que respetar cuando se utiliza este medio, y los museos o las galerías digitales no son la excepción. Por ello, ese viejo esquema del museo que establece una barrera entre la obra y el espectador no puede mantenerse en los medios digitales.

El museo como institución tal vez no ha sabido evolucionar debido a sus propios dogmatismos. Algunos de ellos son la obra de arte ligada al objeto, la pieza única y la propiedad, que se han

consolidado por arriba de la experiencia estética. Por desgracia, la lógica mercantilista o capitalista también ha formado parte del museo, razón por la que muchas veces existe una mayor preocupación por preservar los bienes económicos ligados a las obras que por su difusión; hay una mayor preocupación por patrocinar artistas que contacten con una élite dispuesta a pagar por sus obras que a quienes contactan con un público amplio.

Las galerías digitales convencionales son afectadas por esta visión ajena a la experiencia estética. Sus creadores viven en la eterna disyuntiva de mostrar o no una imagen de calidad y con ello correr el riesgo de que sea copiada o reproducida sin autorización. Otros encaran limitantes tecnológicas y económicas que impiden presentar imágenes de calidad y dimensiones óptimas, razón por la que se conforman con incluir imágenes de definición mínima aceptable. Más aún, todo creador de aplicaciones digitales se enfrenta a la problemática de no tener control alguno respecto al equipo en el que será ejecutada su aplicación. Y por supuesto existe el enfadoso problema de la evolución del medio que al menos en su fase tecnológica se encuentra ligada principalmente a intereses económicos.

Es necesario que los museos y los artistas aprovechen la oportunidad que el medio digital les ofrece como terreno de experimentación de lo sensible, que busquen en la medida de lo posible la integración de su obra con el medio digital. Reitero: no se trata de abandonar las técnicas análogas o de que todos los artistas produzcan Art Net. Se trata de que el artista tome conciencia y explote las oportunidades de difusión y creación que el medio digital le brinda. Esa es una de las ambiciones que persigue este estudio.

Como explica Jean-Jacques Wunenburger, “las nuevas tecnologías modifican profundamente el comportamiento subjetivo del público al cambiar las instancias psicobiológicas solicitadas y estimuladas; las nuevas imágenes parecen mucho más activas porque requieren planteamientos voluntarios, toma de decisiones en las selecciones visuales, en la manipulación de las máquinas, y porque se oponen al comportamiento estereotipado del deambular pasivo, típico de los museos tradicionales”. Los efectos son del tipo “desencarnación, o desincorporación del encuentro con las obras [...] y quizás, incluso, de desensorialización”.

En definitiva, esa otra manera de sentir y de ver parece estar amenazada por una verdadera desnaturalización de lo sensible. Y, lo que es peor, la propia institución está a su vez amenazada, con las consecuencias que ello conlleva; dice Jean Jacques Wunenburger: «El riesgo, a medio plazo, es que la cibercultura provoque un estallido o incluso una implosión del propio espacio museal. En efecto, si la nueva práctica patrimonial confirma definitivamente la victoria de la imagen sobre el objeto, puede ocurrir que los contenidos de los museos se acaben pudiendo prescindir de sus continentes [...] Señal de alarma lanzada por los que temen la “tiranía de la pantalla” y la confusión del museo con el supermercado. El problema que plantea el acceso de los nuevos medios de comunicación a los museos es ciertamente importante, pero no parece que se haya de formular en esos términos (Deloche, 2001: 197).

Imagen publicitaria y la imagen de arte, un equilibrio de fuerzas

La imagen es una arma muy poderosa para influir en la gente. Crea buena parte del inconsciente colectivo de las sociedades, el cual influye fuertemente en las decisiones individuales de cada persona. Por eso desde tiempos muy remotos los medios de poder han buscado el control de su producción, desde las religiones hasta las sociedades estado y, en tiempos más recientes, los grandes consorcios económicos, quienes han aprendido claramente que el dominio en la producción de la imagen oficial reedita en la manipulación de la sociedad.

El poder de estas imágenes oficiales ha quedado plasmado en el subconsciente de las sociedades desde tiempos inmemoriales, ha moldeado la propia percepción que los individuos tienen de ellos mismos y de su papel en la sociedad y en el mundo. Desde los griegos y su hedonismo, hasta las

imágenes de la posguerra en las que socialistas y capitalistas generaron su propio discurso visual para adoctrinar a sus pueblos: basta analizar el pensamiento colectivo del pueblo estadounidense que, modelado por su cinematografía, se concibe a sí mismo como el redentor moderno, cuando históricamente más bien ha sofocado a las otras naciones. Recientemente, las visiones neoliberales actuales superan la idea del estado nación y han creado la imagen de un individuo global homogéneo sin identidad propia.

Un ejemplo de lo anterior lo da el concepto de belleza difundido por los medios masivos de comunicación, el cual —más allá de representar casi exclusivamente la fisonomía occidental— impone parámetros que no refieren ni a la propia realidad de esos pueblos. En este sentido una persona que no se identifique dentro del estereotipo de belleza sólo puede negarlo, ignorarlo o intentar integrarse en él. Sin embargo, si este estereotipo de belleza se explota para la construcción de gran parte de las imágenes publicitarias que saturan los medios de comunicación (aun cuando los productos anunciados no se relacionen con la belleza), resulta muy difícil negar o ignorar, debido a que el individuo se enfrenta a un bombardeo constante de imágenes que refuerza dicho ideal.

Si el individuo opta por la integración, tendrá que recurrir al consumo de productos que idílicamente la acercan al objetivo, un objetivo impuesto por agentes externos a los que sólo interesa un fin económico.

El truco perverso de lo anterior radica en que únicamente un 10% de la población mundial pertenece de forma natural y por un breve periodo de sus vidas a dicho ideal de belleza, lo que genera en consecuencia individuos insatisfechos, afectados en su autoestima y vulnerables ante el mensaje manipulador del consumo. Existen datos que revelan el alto número de mujeres que manifiestan algún grado de depresión después de observar alguna publicación sobre moda y belleza. Existen también estudios serios de las repercusiones que este tipo de mensajes tienen en el aumento de enfermedades psicológicas como la bulimia y la anorexia. Y, sin embargo, dicho estereotipo altamente redituable permanece inmutable, y con gran razón, ya que si el promedio de los humanos se reflejase en este ideal de forma natural, la necesidad de consumo disminuiría y con ella las ganancias que se generan.

Este mismo fenómeno se repite con la sexualidad. El cuerpo femenino y la exaltación de sus partes eróticas son utilizadas como componente fundamental en muchas de las imágenes publicitarias de cualquier producto. En este sentido el cuerpo de la mujer se convierte en el objeto de deseo de la sociedad, para hombres y mujeres. Al hombre se le vende subliminalmente la idea de poder acceder a ese objeto mediante el consumo de determinado producto, mientras que en la mujer se crea el supuesto de que ciertos productos la llevarán a convertirse en el objeto de deseo. Aquí nuevamente entra el juego perverso del consumo: el cuerpo femenino que se impone como canon de sexualidad es un cuerpo manipulado y modificado para convertirlo en un ideal, que sólo corresponde naturalmente a un porcentaje ínfimo de los humanos. Este ideal llevado al extremo convierte el cuerpo femenino en un objeto que únicamente sirve para producir satisfacción sexual, un aparato masturbatorio desechable, tal como ocurre en la pornografía.

La eficacia de este tipo de imágenes radica en la estimulación directa de las emociones en sus espectadores, lo que genera apetitos que buscan ser saciados no sólo mediante el consumo de más imágenes, sino de los productos o ideas ligadas a ellas. Desde el obrero que cree en el American Dream hasta los individuos que caen en la desnutrición para poder lucir “bellos”. Desde los sentimientos de grandeza, heroísmo, odio racial, etc., despertados por la cinematografía, hasta la modificación en los hábitos y comportamientos individuales. El humano desde tiempos muy remotos ha aprendido a verse y valorarse en función de las imágenes idealizadas que él mismo crea, lo que lo ha llevado a un punto en el que pierde la conciencia de su auténtico yo y se conforma con el yo de la idealización.

La imagen publicitaria dirige su carga sutil y acumulativa hacia las emociones y lo sensible, áreas a las que el humano no accede mediante el uso de la razón. Por ello los discursos y los mensajes que

alertan sobre los efectos colaterales de este tipo de imágenes no tienen efectos significativos en la mayoría de los individuos que de forma inconsciente son dirigidos y condicionados a la toma de decisiones que refuerzan el estatus quo impuesto. Así ocurre en la política, por lo menos en nuestro país: se presenta al pueblo la idea de que una democracia consiste en escoger a uno de entre un muy reducido grupo de individuos, los cuales representan todos al mismo grupo de interés y definitivamente distan de ser los mejor calificados para ocupar puestos de gobierno. No se le da a escoger entre el bueno y el malo, sino entre el malo y el peor o, parafraseando a Los Polivoces, entre Juan Domínguez y Juan Domínguez.

Estas imágenes han suplantado a sus pares artísticas, debido a que han sabido presentarse de forma accesible y satisfactoria a la mayor parte de los humanos, al contrario de las tendencias actuales del arte, que sólo se han alejado del grueso de la población. En ello el artista y el museo tienen que admitir su parte de responsabilidad para poder revertir tal situación.

Al mismo tiempo, el oficialismo (político-económico) se ha encargado de saturar los espacios y canales de difusión, marginando al arte y a todo tipo de contracultura a terrenos cuya penetración es ínfima y muy cercana a la clandestinidad, o privativa de una élite excluyente. Es importante no perder de vista que también gran parte de lo que llamamos arte clásico pertenece a esta misma visión oficial de la imagen, tal como expongo en capítulos anteriores.

En este contexto, la función de la galería de arte propuesta cobra relevancia como promotora de la experiencia estética desinteresada ligada al arte, que pone en contacto al humano y la experiencia estética sin condicionarla al consumo de ideologías o productos, una galería que busca devolver la identidad e individualidad de dicha experiencia estética ligada al arte. Debido a su estrecha relación con el artista, favorece la difusión de expresiones estéticas alternas, que sistemáticamente se pierden a medida que se avanza en la globalización. Todo bajo la perspectiva de un arte que permita a su espectador la autoafirmación y satisfacción personal, en lugar del menoscabo y escarnio del individuo.

Sin embargo, ¿cómo difundir la obra artística para que ésta pueda llegar a los mismos públicos que la imagen publicitaria? La respuesta no es fácil pues, como vimos, el museo —la institución encargada de difundir la obra de arte— no ha sabido ni ha podido aprovechar la existencia de medios abiertos como la internet en los términos que describimos anteriormente, tal vez debido a la falta de interés, la obsolescencia de sus esquemas o a que no cuenta con los recursos necesarios (financieros, tecnológicos, profesionales).

Aquí se inscribe el aporte de la galería digital de arte en tres vías:

La primera: debido a su pertinencia como soporte de difusión en los medios digitales al integrarse la obra y la galería en uno, desde nuestra perspectiva se haría más atrayente y directa su presencia en los medios digitales, con lo que se puede comenzar a ganar espacios que hoy sólo están consagrados al espectro comercial de la imagen.

La segunda: al otorgarle una relevancia significativa al artista en la construcción de dichas galerías, no sólo se gana en la calidad visual del producto sino también en la calidad de sus contenidos, ya que se evitaría el ruido o interferencia por parte de elementos no pertinentes, muchas veces asociados a las galerías convencionales que deambulan por la red (publicidad, malos diseños, poca fuerza o peso visual de la obra, etc.). La experiencia sensorial que genere la apreciación de la obra y el uso de la interfaz se combinarían para generar sensaciones más profundas y satisfactorias, lo que resultaría en una obra capaz de competir contra la abrumadora fuerza de las aplicaciones digitales destinadas a la publicidad.

La tercera: se contribuiría en las funciones de difusión, educación y estudio que el museo debe de realizar, lo que aligeraría su carga y le permitiría concentrarse en otros campos, como la promoción

de las galerías digitales ya generadas por el artista a fin de sortear la entropía de la saturación de los contenidos difundidos en la red (existen estudios que indican que el número actual de sitios o portales en línea es tan amplio que ni toda la vida de un humano sería suficiente para poder visitarlos todos). Esta tarea no es poco relevante, ya que la mayor parte de los artistas no tienen ni la influencia ni el reconocimiento social que el museo o las instituciones de cultura de un país poseen. Esto permitirá al museo sumergirse plenamente en el medio digital sin distraerse de cumplir las otras tareas y obras que le han sido confiadas. Es decir, se pugna por una suerte de trabajo hormiga que en su conjunto cobre dimensiones equiparables a las de las grandes instituciones mercantiles.

Es bajo esta óptica que se engloba la presente fundamentación teórica cuyo objetivo es aportar elementos a la reflexión en torno a los medios digitales y su relación con el arte.

Su importancia radica no sólo en la posibilidad de difundir la obra del museo, sino en que —bajo ciertas condiciones— puede convertirse en una metáfora visual del museo mismo. Una galería digital puede también concentrarse en una pequeña parte de la obra existente en un museo, por ejemplo la obra de un único artista, la obra de un periodo o estilo, etc., como ocurre en las exposiciones temporales. En este sentido se convierte en un medio flexible que puede integrarse perfectamente a las necesidades de los museos y de los artistas.

De la misma manera, la galería digital puede integrarse a la metáfora visual propuesta por el artista en su obra, lo cual conlleva la posibilidad de que el artista pueda participar activamente en la difusión de su obra, como sucede en los pequeños circuitos de arte independiente.

Es necesario precisar que estos medios digitales, de ser presentados como un producto de consumo individual como el CD-ROM interactivo o la galería en la internet, muy difícilmente cubrirán plenamente la función de estudio, reflexión y preservación de las obras, incluso si el marco de creación y experimentación de corrientes como el Art Net sea el mismo medio digital. Su valor radica en la posible conexión artista-obra-espectador que puede establecerse. Por esta razón tanto museos como artistas pueden ver en la galería digital de arte un vehículo de difusión muy efectivo, en la medida en que sepan integrar una propuesta atrayente tanto a nivel técnico como visual.

En el mostrar y recrear ante los ojos del espectador la obra de arte mediante representaciones o interpretación, la galería digital de arte es relevante en el contexto actual de la comunicación, inscrita en un marco social altamente atomizado, en el que la publicidad y la mercadotecnia invaden completamente todas las esferas de la comunicación visual, usurpando espacios destinados a la recreación de la experiencia estética pura y desinteresada, sustituyéndola en el mejor de los casos por imágenes de manufactura impecable que tocan la sensibilidad de su espectador con el objetivo de provocar el consumo. La galería digital puede acercar la obra del artista hacia un público más amplio y recuperar espacios para el arte y con ello para la recreación de la experiencia estética pura, sin intereses de consumo de por medio.

La afectación en el sentido de originalidad y unicidad

Abriré aquí un paréntesis para abordar de forma general un tema que a mi entender causa objeciones y problemas en torno al tema que trato: la afectación del sentido de originalidad y unicidad de la obra de arte en el contexto de los medios digitales.

Por su naturaleza binaria, los medios digitales son factibles de ser reproducidos, modificados, duplicados y manipulados sin pérdida de calidad, contrario a lo que ocurre con los medios análogos, que siempre sufren deterioro en dichos procesos. Esto ha traído como consecuencia el fenómeno mundial de la piratería, que afecta principalmente los intereses económicos de un sistema social.

Anteriormente casi siempre existía una clara diferencia entre el objeto original y su copia, que ayudó en muchos casos a mantener la hegemonía en el arte del sentido de unicidad (pieza única e irrepetible), que sublimaba y sacralizaba al objeto de arte (fetichización).

El término sacralizar refiere al hecho de elevar el objeto a un nivel superior en un plano metafísico, abandonando las manos de su creador para convertirse en objeto de veneración. Este objeto también representa un símbolo de poder y status, al cual muy difícilmente renunciaría su poseedor o creador.

En los medios digitales el conflicto se crea con la ruptura de ese valor único y original en la obra digital que, de hecho, es contrario a su naturaleza. Por otro lado, la mayor afectación es de origen económico, algo que pasaría a un segundo o tercer plano dentro del valor estético (de no ser por las fuertes presiones de los grupos que tradicionalmente han controlado el mercado del arte). Sin embargo, también existen voces que se refieren, no sin razón, al perjurio que la originalidad puede sufrir pues la autoría intelectual y el sentido que el autor deja en la obra quedan expuestas a la copia, plagio o modificación.

Pese a la importancia de lo anterior y sin que intente soslayarlo, contrapuntaré esos valores con un ejemplo que extraigo de un programa emitido en Radio UNAM, Área de divertimento, programa ganador de un premio en la bienal iberoamericana de radio, el cual hace alusión a la obra Sonata en sol mayor para dos clavecines de Johann Sebastian Bach (1685-1750), considerada como producto del más fino ingenio y prodigio creativo. Dicha sonata resulta ser una reinterpretación de una obra de Antonio Vivaldi (1678-1741), quien para su desarrollo retomó música lírica proveniente de los pueblos de Venecia y de Viena. Finalmente, la obra de Bach fue retomada por Ludwig van Beethoven (1770-1827) en la creación de un concierto para dos pianos, instrumento más acorde con su época.

A través de la ficción recreada en dicho programa de radio, consistente en la realización de una entrevista en el formato de mesa redonda con los compositores de las obras mencionadas, sus autores Haydeé Boeto, Ricardo Ezquerro y Raúl Zambrano exponen hechos históricos que contravienen la idea de la originalidad de la obra musical, producto del más puro ingenio creador, único e irrepetible con el que se ha unido al arte en general.

En el caso del ejemplo que citamos, ¿quién puede negar el virtuosismo y la encomiable aportación a la música universal de cada uno de los tres compositores antes referidos? ¿Quién puede suprimir el carácter de obra de arte a estas obras? Seguramente nadie. Tampoco se puede cuestionar el calificativo de genios con el que se les ha tratado desde mucho tiempo atrás. Ni siquiera sería posible catalogar a ninguna de las obras antes referidas como obras menores o como desaciertos del artista. Por el contrario, dichas obras han gozado de prestigio y aprecio dentro de grupos de musicólogos especialistas y reconocimiento de los públicos a los que se dirigieron.

Entonces, ¿dónde radica el problema? En el mismo programa de radio, sus autores resuelven esa disyuntiva mediante la desacralización del término originalidad en la obra de arte, sustituyéndolo por el de aportación y, por el contrario, sus autores hacen una crítica a la supuesta originalidad y derechos de autor ligados actualmente a la obra musical. A su juicio, la autoría y los derechos sobre la misma se dan en un contexto de enajenación comercial que, más que buscar la evolución de la música, se preocupa por intereses económicos ligados a las regalías que generan las obras musicales.

Como colofón de dicho programa, sus autores sustituyen los cuestionamientos anteriores por otros que juzgan más pertinentes: ¿Qué sería de la música contemporánea si alguien hubiera impedido que Vivaldi, Bach, Mozart, Beethoven y muchos otros artistas retomaran la obra de sus antecesores para inspirarse y generar sus propias melodías con los subsecuentes aportes que cada uno de ellos brindó al panorama mundial de la música? ¿Qué sería de cualquier arte y de la humanidad misma si alguien prohibiera voltear al pasado para rescatar las grandes obras porque tienen un derecho de autor?

En las artes plásticas, Malraux manifiesta que el artista no aprende a plasmar el mundo si no es a través de la obra de otros artistas que antes que él definieron la forma de ver y entender el mundo.

El derecho de autor puede partir de un espíritu loable que busca el reconocimiento al creador de tal o cual aportación. Sin embargo, debemos recordar que surge como variante de las patentes industriales y dentro de contextos económicos que han derivado en aberraciones tan grandes como pretender patentar los cereales básicos de los que la humanidad se ha alimentado por siglos, en un afán ambiciosamente ridículo y desmedido.

En contraparte, los autores de este programa radiofónico (Haydeé Boeto, Ricardo Ezquerro y Raúl Zambrano) priman el tema de la universalidad de la obra musical y abogan por la concepción de una música perteneciente a la humanidad, en la que cada autor ha hecho en mayor o menor medida aportaciones que han contribuido a la evolución de la música, manteniendo vivo su espíritu.

Considero que la reflexión anterior se ajusta muy bien a todas las artes. No se trata de negar el reconocimiento a cada autor ni las alabanzas a aquellos que han generado las obras maestras que cada uno guarda en la memoria, pero este reconocimiento no debe de caer en la fetichización exacerbada de la originalidad de la obra de arte, pues en el fondo cada artista se ha inspirado en la obra de otras personas. Ningún artista ha descubierto el hilo negro y el valor de su obra tampoco estriba en la más absoluta originalidad. Se trata de valorar los aportes y la sensibilidad que cada artista brinda en cada una de sus obras.

Si bien es cierto que la naturaleza de los medios digitales facilita la reproducción fiel de las obras, se debe buscar que esta reproducción sea explotada a favor de los intereses de los artistas. La reproducción no puede simplemente ser condenada a la hoguera. Queramos o no, los medios digitales han llegado y se han implantado en mayor o menor medida en el cotidiano de las sociedades humanas. Por el contrario, los medios digitales aportan una herramienta muy poderosa de creación y difusión, que afortunadamente puede ser explotada en favor del arte.

Los medios digitales ofrecen ventajas que el artista y los museos pueden emplear en favor de sus propósitos, pues el valor de una obra de arte no se encuentra en el hecho de ser única e irrepetible. No se encuentra en el objeto (fetiche) ni en presenciar el original, sino en su capacidad para recrear la experiencia estética, para transmitir la sensibilidad del artista y propiciar la del espectador, para permitir que cada persona realice su propia interpretación de esa metáfora llamada arte.

La galería de arte digital en acción

Por no pertenecer a sus objetivos, el presente proyecto de investigación no abarca la creación y el análisis de galerías digitales de arte bajo la óptica que defiende en esta tesis. Aún así considero importante mencionar y hacer un breve análisis descriptivo de algunas interfaces que se integran al sentido de esta tesis, no a manera de paradigmas —con el peso rimbombante que se le da a esa palabra—, sino como muestras tangibles que permitan a mis lectores vislumbrar lo que considero es la materialización de todo el trabajo teórico de esta tesis.

Para ello retomaré tres interfaces que se encuentran presentes en la red: la primera de ellas es *Scape Route*, una galería que contiene imágenes de viaje, paisajes y vivencias de su realizador. La segunda es la galería personal del artista multidisciplinario Bruno Bresani. La tercera, un proyecto personal en el que la interfaz fue creada como elemento generador de la experiencia estética. Es importante mencionar que, fiel a lo escrito en el capítulo dos de esta tesis, los siguientes análisis son reflexiones subjetivas y personales, de validez finita, que únicamente muestran mi propia interpretación de las obras. A cada uno le toca generar su propia aproximación y sacar sus conclusiones.

SCAPE ROUTE
<http://travel.escapelab.com.au>



SCAPE ROUTE,

Este sitio web ya tiene algunos años y, sin embargo, desde mi óptica sigue manteniendo su carácter innovador e informativo. Bajo la metáfora de viaje —metáfora espacial— sus realizadores modifican los tradicionales botones y menús (elementos retóricos) por metáforas vivas que refuerzan la experiencia de viaje y descubrimiento que el artista presenta mediante una vasta serie de fotografías sobre su peregrinar por distintos lugares en el mundo.

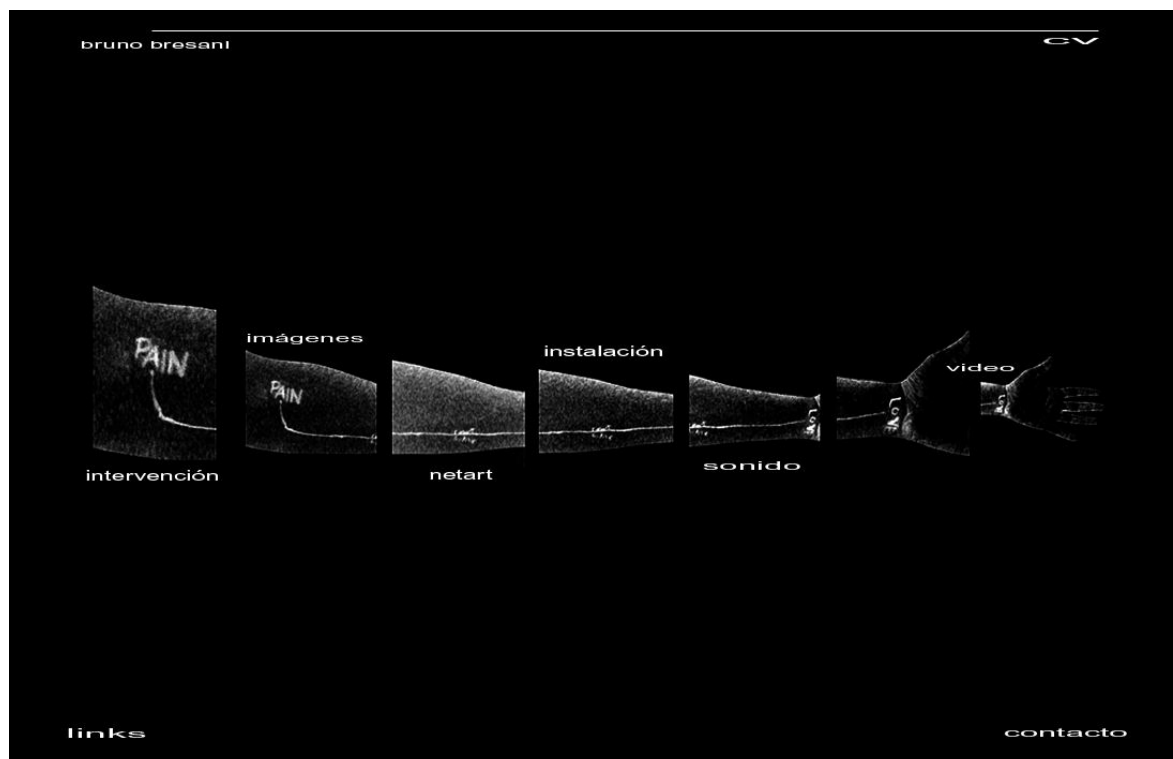
La página de entrada (<http://travel.escapelab.com.au>) permite la elección de dos opciones en la que se aprecia el icono de un hombre en movimiento —sello distintivo de la galería— y el medio de entrada a ella. Hasta aquí no hay nada innovador en la interfaz.

Una vez que se accede la galería las cosas cambian. Los elementos retóricos convencionales son sustituidos por metáforas que aluden a una cartografía del globo terráqueo en la que el fotógrafo muestra su recorrido. Nos da la opción de comenzar en cualquier punto para de ahí recorrer de forma lineal o no lineal, según la elección personal, las series de fotografías hechas en cada punto de su itinerario y regresar en cualquier momento o después de un recorrido completo al lugar de inicio. Muchas ciudades, pueblos y países componen el recorrido visual que el artista nos propone en un ejercicio lúdico que me hizo confrontar mis propios deseos de viaje y exploración.

La obra que se presenta en esta galería podría no ser catalogada como arte, debido a que no se circunscribe en ninguna corriente artística. Tampoco es presentada con ese propósito. Simplemente está compuesta por imágenes fotográficas que muestran lugares, estéticas, personas y objetos de distintas latitudes, y que tienen como hilo conductor o temática los viajes de una persona que comparte con nosotros los momentos que capturaron su atención y que fueron registrados como una suerte de bitácora de viaje.

Esta galería cumple perfectamente con mi concepción. La interfaz es coherente con la obra que contiene. Sus elementos de navegación (botones, menús secundarios) fueron creados con una concepción metafórica que se integra perfectamente con la metáfora global de la obra que presenta. Cada elemento, lejos de distraer nuestra atención, la refuerza, lo que genera una experiencia estética plena.

Galería personal del artista Bruno Bresani
<http://creaciodigital.upf.edu/~bbresani>



Galería, Bruno Bresani

En este trabajo se aprecia cómo la estética impuesta por el artista toma la batuta en el desarrollo de la interfaz. Si bien no existe un trabajo muy sofisticado en el desarrollo de la interfaz, el valor de esta galería radica en el palpable control por parte del artista en el desarrollo de su propia galería, ella misma extensión de su obra.. Se interesa más por transmitir las preocupaciones conceptuales y estéticas del artista que por atender a las normas o convenciones de los sitios de la internet. Es decir, se consagra al lenguaje metafórico (poético) y no al retórico comercial.

Esta galería propone una forma de interacción con la interfaz muy simple —y en ocasiones elemental— para los estándares actuales de navegación. Sin embargo, lo que se pierde de sofisticación y despliegue técnico se gana en estética y contundencia. Sus elementos se ensamblan en la metáfora visual y dirigen al usuario por el universo propio del artista, a fin de mostrar en este recorrido las líneas conductoras de la obra que el mismo Bruno Bresani describe: “Mi obra recorre tres líneas principales: el duelo que es la pérdida; la nostalgia que es el objeto añorado; y la memoria, en la cual se incluyen las relaciones humanas y cómo éstas forman a los individuos, ya que gracias a su historia actúan y viven de cierta manera. En pocas palabras, conforman su carácter. Soy artista visual de formación y principalmente he utilizado a la fotografía como soporte para mi obra, aparte de que en diversas ocasiones he realizado videos e instalaciones. La migración y la amalgama de diversas culturas es lo que me forma, es una parte esencial de mi obra así como de mi vida”.¹

1 <http://creaciodigital.upf.edu/~bbresani/statement.html>

Estas líneas describen claramente la postura de su creador y se reflejan tanto en el conjunto de su obra como en la galería personal que las acoge.

Proyecto OGNI “objetos de diseño”. Daniel Herrera Castillo
http://www.bulbodesign.com/demos/caligraphic_pen/caligraphic_pen.html



Caligraphic pen, Daniel Herrera

Este proyecto nace como parte del colectivo de diseño experimental OGNI (Objetos Gráficos No Identificados), del que formé parte junto con amigos ex compañeros de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM. Para este último ejemplo solo haré una descripción de la obra y de las motivaciones que me llevaron a crearla y dejaré el análisis o la valoración de su efectividad al lector de estas líneas.

Bajo el tema de “objetos de diseño” cada uno de los integrantes del colectivo debía de crear una obra que se valiese de las técnicas, herramientas y elementos formales del diseño gráfico (profesión que hermana a todos los ex integrantes del colectivo), como una experimentación lúdica que estirase los límites del diseño gráfico hasta los linderos del arte.

La obra en concreto surge a partir de la elección de una pluma caligráfica Mont Blanc como elemento ligado al diseño gráfico (lo que cumple con el tema del proyecto colectivo). A partir de ella generé una imagen compuesta por la pluma y varias líneas de texto colocadas en sentido vertical. Cada una de esas líneas de texto forma una breve frase, la mayoría de las veces un insulto o una mala palabra, extraídas de pequeños mensajes que en su conjunto forman un hipertexto, es decir, un texto flexible compuesto de varias líneas de información interconectadas que forman un mensaje no lineal. No cuenta con un principio y final específico y, sin importar el orden en que sea leído, transmite efectivamente su mensaje: una pequeña historia citadina con toques humorísticos. Los textos fueron reforzados por pequeñas imágenes de embotellamientos y manifestaciones, así como de imágenes pornográficas extraídas de la internet.

Para lograr la hipertextualidad que se buscaba en el mensaje, la interfaz permite al espectador del proyecto elegir cada uno de los pequeños textos. Una vez seleccionado, el texto se integra a un mensaje que desfila en la pantalla.

Todos los elementos dispuestos se integran visualmente. Los textos forman parte importante de la estética planteada y son un elemento de navegación de la interfaz. Cada acción del usuario despliega visualmente los contenidos hipertextuales de la obra.

Finalmente menciono que el uso de groserías en el lenguaje y pornografía en las imágenes busca crear un contraste con el diseño sobrio de la interfaz y con el elemento central que la compone (la pluma caligráfica Mont Blanc, un artículo suntuoso cuyo valor excede con mucho el de cualquier pluma ordinaria).

Ejemplos adicionales

Para concluir este capítulo, menciono algunos ejemplos adicionales para complementar visualmente lo aquí escrito, en un afán ilustrativo que no busca establecer valoraciones absolutas sino proponer ejercicios lúdicos para el lector.

<http://www.milesaldrige.com> Aquí se muestra una muy buena interfaz destinada a mostrar el trabajo fotográfico de sus realizadores. En ella la navegación contribuye a la experiencia estética del sitio en su conjunto, aunque no se integra a la obra por separado. También es importante contextualizar que la navegación en este sitio hoy no resulta tan innovadora como lo fue en el año de su creación (2004).

<http://www.hoteloscartangoecholima.com/splash.html> Este sitio aglutina proyectos en los que el uso no convencional de la interfaz contribuye a la relación con cada uno de los proyectos gráficos ahí mostrados. Sin duda es un buen ejemplo del tipo de concepción de interfaz que propongo.

<http://www.danyboy.com> Un proyecto individual, tal vez no de arte, que integra la metáfora de las obras a la interfaz de la galería.

<http://www.slawekgruca.com> En este sitio web de la obra del ilustrador Sławek Gruca se muestra cómo la interfaz se integra a la obra para reforzar el mensaje que el artista quiere transmitir. Su transparencia con la obra está bien lograda, a pesar de que la galería utiliza elementos retóricos más que metafóricos.

http://www.wdcs.co.uk/media/flash/whalebanner/content_pub_en.html No es una galería de arte. Es un proyecto que busca generar una conciencia ambiental en pro de la protección de especies en peligro de extinción. No obstante, en ella se aprecia cómo la interfaz se funde con la metáfora de creación planteada para el proyecto, lo que genera la experiencia estética.

<http://www.karlaweb.tk> Este sitio ofrece otra visión de la integración de la obra y el ilustrador a la interfaz, aunque los elementos de navegación son retóricos.

<http://andrzejdragan.com> Este sitio muestra una buena integración de la estética general del sitio con la obra del fotógrafo, aunque los elementos de la interfaz son convencionales.

<http://www.mutualresponse.com/res/6th> Esta es una galería que difunde la obra de diversos creadores, aunque no forzosamente con fines artísticos.

<http://www.haramuseum.or.jp/en/common/doorToArt> Sitio web de un museo. Si bien los elementos de su interfaz son convencionales, presenta un esfuerzo bien concretizado de difusión del arte.

<http://www.fwaphoto.com> En este sitio se manifiesta el concepto latente de dar un espacio a imágenes que buscan la diversidad de estéticas y temas bajo el concepto de “una fotografía al día”.

<http://www.commonwealth.pl> Aunque no es una galería de arte creada bajo la perspectiva que postula esta tesis, constituye un esfuerzo cultural bastante interesante y agradable.

Algunos ejemplos de sitios que utilizan la experiencia estética ligada al consumo:

<http://www.gudrungudrun.com>

<http://www.spritestepoff.com>

<http://jet.samsungmobile.com>

<http://www.nike.com/sportswear/collections/fall09/#/loopwheeler-aw77>

<http://www.mercedes-benz.ca/b>

<http://www.nikesportswearstories.com>

<http://www.toyota.com/vehicles/minisite/newprius>

<http://www.kendaperez.com>

<http://www.bjornborg.com/en/Collection/InAction>

<http://www.adobe.com/brilliant>

<http://fr.leica-camera.com/home>

<http://safe.mercedes-benz.co.uk/home.php>

<http://www.specialized.com/bc/microsite/bodygeometry/main.html?x=y>

CONCLUSIONES

Considero que el aporte de esta tesis radica en amalgamar a la obra de arte, entendida como artefacto destinado a la trasmisión de lo sensible, y la galería digital de arte como vehículo y catalizador de la experiencia estética producida por dicho artefacto.

Para ello la tesis propone el uso extendido del concepto metáfora de la interfaz y lo traslada a los terrenos del arte mediante su inclusión a la actividad creadora del artista. Es decir, esta tesis propone que los artistas y museos que así lo deseen se hagan cargo de la concepción de la metáfora que regirá la construcción de la interfaz de la galería digital destinada a presentar su obra. De esta forma obtendrán el control sobre el medio y sobre la forma en la que la obra será difundida, a fin de que ésta se convierta en un catalizador de la experiencia ligada a la contemplación del arte.

Para que dicho traslado de la metáfora sea posible, es necesario desenmascarar y renunciar al automatismo que esconde la pregonada transparencia de la interfaz. Ese rechazo significa hacer consciente al creador y al usuario de la importancia de los procesos semánticos que implica el navegar o recorrer una galería digital de arte. El uso de la interfaz sería para el espectador una nueva experiencia de descubrimiento ligada no solamente a su tránsito por la galería, sino que este descubrimiento formaría parte de la asimilación de la obra, debido a que forman parte de la misma metáfora que el artista ha escogido como tema. Así se anularía la transparencia de la interfaz, ya que el usuario cobraría conciencia de que cada acción produce una reacción de la interfaz, sólo que ello no implicaría una distracción del contenido, sino un refuerzo, y con ello se ganaría en la experiencia de contemplar la obra.

Al mismo tiempo, esta investigación sitúa al artista y a los museos en una posición privilegiada. Los diseñadores de la interfaz pueden potencializar el valor y la importancia de este medio como un nuevo terreno de experimentación para la actividad artística, con lo que se ganará en presencia y penetración en el mundo digital, en el que hoy se entretienen una buena parte de los procesos culturales de nuestra especie. Es precisamente a ese lugar donde es necesario trasladar la creación y experimentación de la experiencia estética pura y desinteresada proveniente del arte porque, se quiera o no, este medio ha llegado para quedarse y modificar parte de nuestros hábitos sociales.

Otro aspecto sobresaliente de esta investigación consiste en el valor que se asigna a la galería digital de arte como interpretación o representación de la obra de arte, sea mediante sustitutos o mediante la contemplación en directo de la obra digital de arte. No se hace una simple presentación de copias digitales de baja calidad de la obra. La galería digital de arte se interrelaciona con la obra y agrega una opción al artista o museo: la de controlar la forma en que se relacionará la obra con su espectador para hacer más enfática la experiencia estética ligada a la contemplación de la obra y ganar fuerza en presencia y atractivo respecto a las galerías comunes. Esta fuerza renovada redituaria en un mayor poder de penetración en los públicos internautas, lo que contribuiría al objetivo de difusión de la obra de arte, así como de su estudio (en la medida en que la obra sea principalmente digital y que la interfaz permita o plantee una retroalimentación entre el espectador, artista y/o museo).

Para ello es importante la participación comprometida del artista y del museo. Éste tiene un papel igual de importante que aquél para el éxito a largo plazo de las galerías digitales de arte. No basta con que el artista se proponga crear este tipo de galerías; también es necesario crear los espacios y las sinergias necesarias para que adquieran prestigio y presencia en los públicos. El museo interviene al generar y promover los espacios y canales necesarios para que las galerías digitales de arte establezcan contacto con los espectadores, así como en apoyar a los artistas para que generen este nuevo tipo de interfaz.

El museo tiene que profundizar en su visión u orientación hacia el espectador y continuar con el proceso de trasladar la obra al espectador y viceversa, como parte de su labor de difusión de la obra. Por tal motivo los museos de arte, y en particular los de arte contemporáneo por ser los más

aptos para ello, deben ajustar sus herramientas museológicas y museográficas a los medios digitales, con los cambios y retos que ello implica. El museo debe aprovecharlo, cuenta con la fuerza y amplitud de ese trabajo hormiga que cada artista independiente puede aportar, por lo que dicha modificación no tiene por qué ser tan costosa y extenuante para los museos y las instituciones de cultura en general.

Otra parte que debe desarrollarse para profundizar en la hipótesis y lograr que la presente propuesta sea exitosa consiste en el estudio y desarrollo de los canales apropiados para:

- 1) Establecer el nexo de artistas y museos con la creación de interfaces ligadas a la experiencia estética.
- 2) Profundizar el estudio de la interacción entre internautas y públicos en general con las propuestas de arte difundidas por los medios digitales, principalmente la internet.
- 3) Dar paso a la experimentación y creación de las galerías digitales de arte.
- 4) Estudiar y determinar la mejor forma de analizar la relación entre el espectador, la galería digital de arte y la obra.

Estas y otras líneas de estudio servirán para entender y medir la eficacia y viabilidad de la tesis que se presenta.

Por otro lado, también se podría profundizar el estudio de las interacciones semánticas que se generan en el uso de la nueva interfaz desde una perspectiva semiótica o cognitiva. Sin embargo, considero que son necesarios los pasos anteriores para así, posteriormente, poder analizar la galería digital de arte en pleno terreno de acción.

Como diseñador web, desde tiempo atrás comencé a vislumbrar la maleabilidad de las interfaces digitales, además de ver su gran potencial como medio de difusión. Es gracias a ello que de forma intuitiva fui acercando mis modestos conocimientos como webmaster a mis deseos de crear obra y difundirla, lo que culminó en el ejemplo de interfaz propia que doy en el último capítulo.

Es en ese momento que surgió el interés por el tema y, posteriormente, durante el desarrollo de esta tesis me fui dando cuenta de sus implicaciones y alcances.

El mayor cambio en mi perspectiva consistió precisamente en entender la interfaz como una metáfora espacial que define o plantea un lugar de interacción entre su creador, los contenidos y el usuario.

Este cambio es importante, ya que permite abrir el panorama de la creación de interfaces a algo más que las rápidamente perecederas tecnologías y técnicas utilizadas en su construcción.

Por otro lado, esta tesis también me hizo consciente del papel del museo, de sus objetivos y tareas por cumplir con respecto a la obra de arte.

La presente investigación me permitió acceder a conocimientos muy significativos para mi propia visión y comprensión del arte, en concreto la división consistente entre el arte clásico —estudiado filosóficamente desde el plano metafísico de las ideas y la objetividad— y el arte moderno, posmoderno y actual —visto a través de la sensibilidad y la subjetividad—. Una división que no sólo se debe a un cambio en el arte, sino que, como consecuencia de ésta, modifica las perspectivas filosóficas que lo abordan:

La belleza sustituida remplazada por la experiencia estética.
 Lo objetivo por lo subjetivo.
 La inspiración divina por la sensibilidad del artista.
 La copia del mundo por la negación de éste.

Estas modificaciones replantean las concepciones del arte. A los ojos de sus pensadores, resultan de gran importancia para la comprensión de las artes moderna. La belleza y la objetividad, al ser producto de una apreciación humana, no pueden solventar sus pretensiones de universalidad, por lo que propiciaron contradicciones insostenibles en la obra de los filósofos clásicos.

En contraparte, bajo el concepto de experiencia estética, de subjetividad y de sensibilidad se crea una visión del arte más abierta e incluyente que, lejos de pretender etiquetarlo e imponerle ideologías, busca entenderlo mediante la comprensión del artista y sus motivaciones. Este cambio es necesario para poder apreciar las nuevas corrientes y disciplinas del arte, del cual provienen tres visiones del arte que han influido mucho en la mía propia: la experiencia estética como centro de todo arte, el arte como metáfora (Ricoeur) y el arte como forma de rebelión y negación del mundo (Malraux).

Uno de los principales frutos que yo obtengo de esta investigación es esta concepción subjetiva del arte como creador de experiencias estéticas puras mediante el uso de metáforas que ponen en común las sensibilidades del artista y el espectador de una forma novedosa y creativa. Aplico la primera persona del singular porque soy consciente de que mi investigación no hace más que recapitular las posturas de diferentes filósofos y estudiosos del arte, sin más pretensiones. Su función se inscribe en la fundamentación de mi tema y no como una tesis por sí misma.

Mención especial merece la visión de Malraux. Aunque no sea abordada con detalle en esta tesis debido a que escapa de los objetivos planteados, ha despertado varias reflexiones que considero influirán en mis próximos proyectos. De igual manera, subrayo la postura de Ricoeur en torno a la metáfora dentro de mi apreciación actual del arte, sus implicaciones y alcances.

También es remarcable que esta tesis modificó mi visión de la obra de arte. Pasó de ser objeto único e invaluable a un artefacto mediante el cual se pone en contacto las sensibilidades del artista y el espectador desde un plano subjetivo ligado a la recreación de la experiencia estética, y también fueron cuestionados los conceptos de originalidad y unicidad de la obra de arte.

Finalmente, como recapitulación y para concluir con esta tesis, considero que su modesto valor consiste en intentar redimensionar el valor de la galería digital de arte y el papel que el artista y el museo desempeñan en su creación, difusión y estudio.

¡Gracias!

Bibliografía

- Acha, Juan, *Introducción a la Creatividad Artística*, México, Trillas, 2002.
- Adams, Ansel, *Ansel Adams in color*, Boston, Little Brown 1993
- Aicher, Otl, *Analógico y digital*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- Aumont, Jaques, *L'image*, París, Nathan Cinema, 2001.
- Barthes, Roland, *La chambre claire, note sur la photographie*, París, Éditions de l'Etoile-Gallimard-Éditions du Seuil, 1980.
- Barthes, Roland, *Éléments de sémiologie, (in le Degré zéro de l'écriture)*, París, Gothier, 1964.
- Bellido Gant, María Luisa, *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Gijón, Trea, 2001.
- Benjamin, Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, París, Gallimard, 2008.
- Bouveresse, Renée, *L'expérience esthétique*, París, A. Collin, 1998.
- Brailowsky, Simón, *Las sustancias de los sueños. Neuropsicofarmacología*, México, Secretaría de Educación Pública-Fondo de Cultura Económica-Conacyt, 1999.
- Castrillón, Laura Viana. *Memoria natural y artificial*, México, Secretaría de Educación Pública-Fondo de Cultura Económica-Conacyt, 1998.
- Chilvers, Ian, *Art : the definitive visual guide*, Toronto, Dorling Kindersley, 2008
- Chimal, Carlos, *La cibernética*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1999.
- Débray, Régis, *Vie et mort de l'image*, París, Gallimard, 1995.
- De Kerckhove, Derrick, *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*, Barcelona, Gedisa, 1999.
- Deloche, Bernard, *El museo virtual. Hacia una ética de las nuevas imágenes*, Gijón, Trea, 2001.
- Dubois, Jean y otros, *Dictionnaire de Linguistique*, París, Larousse, 1973.
- Diderot, Denis, *Écrits sur l'art et les artistes*, París, Hermann, 2007.
- Dufour-Kowalska, Gabrielle, *L'art et la sensibilité*, París, Librairie Philosophique J. Vrin, 1996.
- Dufrenne, Mikel, *Phénoménologie de l'expérience esthétique*, París, Presses Universitaires de France, 1992.
- Eco, Umberto, *La structure absente. Introduction à la recherche sémiotique*, París, Mercure de France, 1972.
- Fontcuberta, Joan. *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1997.
- Gadamer, Hans-Georg, *L'actualité du beau*, Aix-en-Provence, Alinea, 1992.

Guielen, Denis, *Atlas of contemporary art for use by everyone*, Homu : Musée des Arts Contemporains au Grand-Homu, 2007

Gubern, Román, *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*, Barcelona, Anagrama, 1999.

Gubern, Román, *El eros electrónico*, México, Taurus, 2000.

Gubern, Román, *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

Hill, Paul, *Eadweard Muybridge*, París, Phaidon 2001

Kerlow, Isaac Victor y Judson Rosebush, *Computer Graphics for Designers and Artists*, Nueva York, John Wiley & Sons, 1996.

Kuldelka, Josef, *Kuldelka*, París, Delpire, 2006

León, Aurora, *El museo: teoría, praxis y utopía*, Madrid, Cátedra, 2000.

Lynn, Gale, *Fotografía. Manual de procesos alternativos*, México, Escuela Nacional de Artes Plásticas (Universidad Nacional Autónoma de México), 2006.

Lucie-Smith, Edward, *L'art d'aujourd'hui*, París, Saint-André-des-Arts, 2002

Menke, Christoph, *La souveraineté de l'art. L'expérience esthétique après Adorno & Derrida*, París, Armand Colin Éditeur, 1993.

Negroponte, Nicholas. *El ser digital*, México, Atlántida-Océano, 1995.

Porcher, Luis, *Introduction à une sémiotique des images: sur quelques exemples d'images publicitaires*, París, Didier, 1976.

Ricoeur, Paul, *La metáfora viva*, Madrid, Trota, 2001.

Ricoeur, Paul, *Sí mismo como otro*, Siglo Veintiuno, Madrid, 1996.

Schopenhauer, Arthur, *Le monde comme volonté et comme Représentation*, París, Presses Universitaires de France, 1989.

Sontag, Susan, *Sobre la fotografía*, México, Alfaguara, 2006.

Scolari, Carlos, *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Barcelona, Gedisa, 2004.

Thisse-André, Mireille, *Apprendre à philosopher en lisant Hegel. Introduction à l'esthétique œuvre intégrale*, París, Magnard, 2000.

Witker B., Rodrigo, *Los museos*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2001

INTERNET

Alegsa Diccionario informático (2010). Definición de tecnología. Disponible en <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

http://www.inah.gob.mx/index.php?Itemid=&option=com_search&searchword=coatlicue

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/394431.html>,

http://www.elporvenir.com.mx/notas.asp?nota_id=184369

<http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/396351.abren-nuevo-museo-en-la-unam.html>

<http://www.milesaldridge.com>

<http://www.hoteloscartangoecholima.com/splash.html>

<http://www.danyboy.com>

<http://www.spritestepoff.com>

<http://www.slawekgruca.com/>

http://www.wdcs.co.uk/media/flash/whalebanner/content_pub_en.html

<http://www.karlalaweb.tk>

<http://andrzejdragan.com>

<http://www.mutualresponse.com/res/6th>

<http://www.haramuseum.or.jp/en/common/doorToArt>

<http://www.fwaphoto.com>

<http://www.commonwealth.pl>

<http://www.gudrungudrun.com>

<http://jet.samsungmobile.com>

<http://www.nike.com/sportswear/collections/fall09/#/loopwheeler-aw77>

<http://www.mercedes-benz.ca/b>

<http://www.nikesportswearstories.com>

<http://www.toyota.com/vehicles/minisite/newprius>

<http://www.kendaperez.com>

<http://www.bjornborg.com/en/Collection/InAction>

<http://www.adobe.com/brilliant>

<http://fr.leica-camera.com/home>

<http://safe.mercedes-benz.co.uk/home.php>

<http://www.specialized.com/bc/microsite/bodygeometry/main.html?x=y>

http://www.bulbodesign.com/demos/caligraphic_pen/caligraphic_pen.html

<http://creaciodigital.upf.edu/~bbresani>

<http://travel.escapelab.com.au>