

GEERT LOVINK

## **Los nuevos medios, la tecnología y el arte ¿Matrimonio desgraciado o síntesis perfecta?**

¿Por qué se percibe el nuevo arte mediático como un círculo tan cerrado y autorreferencial? ¿Por qué los artistas que experimentan con las últimas tecnologías no pueden ser parte de la cultura pop y el mercado del arte? ¿Cuáles son las secuelas de la era “exuberante” de las puntocom? Y, ¿por qué se da una actitud tan subordinada hacia la ciencia académica en el ámbito del nuevo arte mediático? Y la única salida ¿es el sector educativo? En las líneas que siguen, no voy a dar ejemplos específicos de obras de arte, por miedo a que vaya a diluirse el argumento general. Por supuesto que Rafael Lozano-Hemmer, Stelarc y Jodi son artistas de éxito. Pero a ninguno de ellos los vemos en las bienales, que siguen ancladas en la época de proyecciones de vídeos ordinarios y simples. Cada uno de los argumentos que voy a presentar aquí puede falsificarse con referencias a obras de arte específicas que demuestran lo contrario de lo que yo trato de demostrar. Lo que me interesa es la tendencia generalizada que se da actualmente en el nuevo arte mediático, situación que sostengo es innecesariamente limitadora en un momento de rápido desarrollo comercial y percepción social de las nuevas formas mediáticas. Además de un examen crítico de las premisas —y la propia existencia— del “arte electrónico”, mi argumentación, simultáneamente, ataca las tendencias elitistas existentes dentro del sistema del “arte contemporáneo” que reproduce una distinción retrógrada entre la falsedad del efecto especial y la verdadera lucha de los artistas “auténticos” con la imagen “pura”. En la segunda parte de este ensayo, resumiré un debate que se ha producido recientemente en Australia como respuesta a la decisión del organismo subvencionador de las artes de dismantelar su comité autónomo de “nuevo arte mediático”. ¿Es mejor integrar el nuevo arte mediático en las estructuras existentes, o se logran obras más interesantes si el arte basado en la tecnología tiene sus propias estructuras subvencionadoras, sus propios laboratorios y centros mediáticos?

Se está dando una tensión —por no decir abierta rivalidad— creciente entre las formas artísticas y sus instituciones. Esto puede achacarse en gran parte a la extrovertida generación posbélica del 68, y a su ávido arribismo, cuyo objetivo actual es maximizar su jubilación. Su metamorfosis colectiva de lo progresivo y experimental a una actitud defensiva y conservadora es algo asombroso. Su historia está por escribir aún. ¿Por qué tiene que llevarse la ópera la mayoría de las subvenciones hoy en día? ¿Qué tienen de interesante los pintores muertos? ¿Por qué habría que abandonar lo techno y la “cultura urbana” a las fuerzas del mercado?

No existe base filosófica alguna para distinguir entre el denominado arte “contemporáneo” y el “mediático”. Ambos son profundamente digitales y están inmersos en la cultura visual. Y es que tienen muchos puntos en común. La lograda integración del videoarte de los setenta y ochenta en la corriente mayoritaria del arte es un buen ejemplo de lo entrelazados que están el “arte contemporáneo” y el “nuevo arte mediático”. Tal vez Luhmann y Bourdieu, que escribieron sobre el arte como práctica institucional, puedan ayudarnos en eso. Las luchas artísticas actualmente ya no pueden entenderse en términos

metafísicos, porque surgen más que nada como resultado de políticas mezquinas. El arte sólo puede entenderse dentro de contextos institucionales. Incluso el mercado —en términos neoliberales, metafísicos, de oferta y demanda— desempeña un papel secundario. La mayoría de los historiadores y críticos de arte no sirven para informarnos de esas tendencias subyacentes, porque ellos mismos son parte del sistema existente, incluso diría que son cautivos de él, y sólo reproducen las tensiones y confusiones existentes. Lo mismo que hace gran parte del arte actual.

Lo que resulta chocante del sistema del “arte contemporáneo” es su admiración por la imagen “pura”. A diferencia del nuevo arte mediático, el “auténtico” vídeo, DVD o página web de arte tienen que ser primitivos. Se busca lo sublime en lo fortuito. La mayoría de los vídeos que se exhiben en exposiciones, bienales y galerías tienen un aspecto deliberadamente amateur, como si fueran documentos sobre “performances espontáneas”. Esa referencia, y dedicación, abierta a los *reality shows* de la televisión (y otras formas de televisión “amateur”) y a los vídeos caseros, se presenta como contraste al aspecto lujoso de la publicidad y a los valores de producción de Hollywood. Es con el trasfondo de esa división binaria, de ese “o esto o lo otro”, que el arte “techno” —que de hecho presta atención a la edición, a la composición y al ritmo— se presenta como conjunto de imágenes comerciales. El vídeo artístico de estilo semitosco apuesta por la posibilidad de convertirse en auténtico de por sí sin tener que volver a la fase objetual del arte. No es lo artificial o lo animado lo que puede convertir a un archivo digital en obra de arte. No es el lienzo del pintor o la piedra del escultor lo que es real, sino el vídeo sin editar, sin ningún efecto especial. Los artistas emergentes, que desde mediados de los noventa han colocado sus obras de vídeo como arte de galería, y que evitaban conscientemente que se los identificara con las tecnologías que empleaban, han utilizado eficazmente esa estrategia. Su falta de equipo, software o conocimientos sofisticados les han sido beneficiosos. En cuanto descubrieron esa necesidad de “crudeza digital”, hicieron un uso excelente de esa oportunidad de mercado. No cambiaron de estilo cuando consiguieron un equipo mejor. A diferencia de los años veinte y treinta, cuando la vanguardia estaba obsesionada con el montaje, el encuadre, la luz, etc., las obras mediáticas de hoy en día sólo pueden convertirse en arte si cambian el enfoque, significado y contexto de una situación grabada. Es la sutileza de ese cambio lo que hace que puedan clasificarse como “arte”. No se fomenta la experimentación. Falta en esos artistas un conocimiento de las estructuras de poder internas de las herramientas. También falta un conocimiento básico de las arquitecturas de redes. Los “nacidos digitales” (los que crecieron con ordenadores) son expertos en el consumo de estilos de vida. Sus habilidades son alucinantes, y su ignorancia política de las propias herramientas con las que juegan no lo es menos. Navegan por las ondas mediáticas, pero no tienen idea de los mecanismos subyacentes. De hecho, los “jóvenes artistas contemporáneos” dan la apariencia de creer que van a comprometerse si se identifican demasiado con sus cámaras, ordenadores portátiles y software digital. Van a pasar de moda para comisarios y críticos en cuanto muestren el menor interés en la edición, la animación y otras técnicas de manipulación de imagen. Porque, a fin de cuentas, pertenece al ámbito de las “industrias creativas”, no al del verdadero arte.

El nacimiento de los nuevos medios está íntimamente ligado a la democratización de los ordenadores. Según algunos, es una forma artística nacida a partir del *Geist* de Fluxus, de sus vídeos de arte y su performance. Otros recalcan la influencia de las actividades de acceso público o música electrónica de los años setenta, y después la del arte y activismo postindustrial de los ochenta. El término “nuevo arte mediático”, como conjunto de prácticas, no llegó hasta finales de los ochenta, y está específicamente vinculado al crecimiento de la edición por ordenador y la producción de CD-ROMes. La implicación de Internet empezó relativamente tarde, a partir de los años 1994-95, tras la introducción de la World Wide Web. El nuevo arte mediático es, antes que nada, parte del contexto más amplio de la “cultura visual”. Aunque guarda fuertes vínculos con los discursos escritos, código de ordenador, sonido, así como con el arte y performance abstracto y conceptual, a pesar de ello podemos decir que el elemento de artes visuales conforma el hilo conductor. El problema de esos relatos de los “comienzos” del nuevo arte mediático, no obstante, es el énfasis exagerado que ponen en artistas individuales y en sus obras. A tales relatos les falta una conciencia institucional. Aunque la tecnología se ha desarrollado rápidamente, el conocimiento institucional de ese sector ha sido igualmente lento. En ese sentido, el término de nuevo arte mediático no es el apropiado, porque reproduce una y otra vez el dilema de la modernidad entre autonomía estética y compromiso social. Si añades la palabra “arte”, estás creando un problema. En el caso del nuevo arte mediático no había —y sigue sin haber— mercado ni galerías, pocos comisarios y críticos, y un público relativamente especializado, casi, casi “de culto”. Y lo más importante: no hay una sensación “suprematista” de actuar como vanguardia. Lo que falta aquí es confianza histórica. En su lugar, hay una fuerte sensación de llevar a cabo prácticas “menores” a la sombra de prácticas establecidas, tales como el cine, las artes visuales, la televisión y el diseño gráfico.

De acuerdo en que los climas políticos de diferentes países varían enormemente. Y aunque la política de subvenciones para la “e-cultura” en los Países Bajos ha crecido durante los últimos años, la situación en Berlín, París y Londres, por ejemplo, es bastante triste. La actividad académica sigue siendo un puerto seguro en los EUA, pero en otras partes hay pocas subvenciones culturales. Ahora bien, dentro del nuevo arte mediático está claro que hay un profundo estancamiento, y eso hay que analizarlo. El propósito de esta crítica no es mirar con desdén, por encima del hombro, a la “ausencia abismal de lo tecnológicamente sublime”. El nuevo arte mediático no es una entidad simple. Es una “búsqueda”, y no se centra principalmente en narrativas ampulosas ni en obras terminadas que pueden comprarse en una galería. Son formas en busca de una forma. Les falta evidentemente contenido, igual que a los bancos de pruebas. Muchas de las obras no son ni “frescas” ni irónicas como lo son tantas y tantas obras de arte contemporáneo. Al contrario, a menudo transmiten una sensación juguetona, ligeramente ingenua. El arte electrónico, un término algo más antiguo que se usa a veces como sinónimo de nuevo arte mediático, es un montaje experimental más que una disciplina asentada que depende en gran medida de los parámetros culturales establecidos por técnicos. Muchos de los actores clave del ámbito ubican su práctica en esa zona frágil que hay entre “arte” y “tecnología”, lo que puede acarrear problemas. Porque ¿qué significa tener que complacer por igual a los científicos de ordenador y a los comisarios de arte? Ni el mundo del arte ni los profesionales de las TIC son entusiastas del arte electrónico. Las

obras de arte en plan “cámara de los portentos” no conocen gran demanda. Del punto de vista del obseso por la informática, están hechas por usuarios, no por promotores. Las obras del nuevo arte mediático “aplican” las nuevas tecnologías y no contribuyen a su desarrollo posterior. Para los profesionales del arte, por otra parte, el nuevo arte mediático está mejor en museos científicos educativos y parques de atracciones que en exposiciones de arte contemporáneo. Según leemos a los críticos de la corriente dominante, el arte debería transmitir Verdad y Emoción. En la actual sociedad del espectáculo, no hay lugar para un arte intermedio, por muchos documentos normativos que alaben el nuevo arte mediático por su Deseo de Innovar.

En diciembre de 2004, el Consejo Artístico de Australia anunció su intención de dismantelar el Comité de Nuevo Arte Mediático y el Comité de Desarrollo Cultural Comunitario. Esos Comités otorgaban subvenciones respectivamente a artistas que trabajaban con los nuevos medios y a comunidades específicas, tales como los jóvenes desfavorecidos, los presos y los sin techo. Quisiera resumir algunas de las reacciones aparecidas en la lista de correo australiana para la investigación y cultura de nuevos medios, Fibreculture. Paul Brown escribe que siempre ha pensado que “establecer organizaciones subvencionadoras especiales fundamentalmente margina a la práctica y permite a los conservadores aplazar el reconocimiento de lo inevitable”. Aunque Danny Butt comprende que tal vez los artistas no quieran ser encasillados, es de la opinión de que “siempre puedes aplicar un montón de dinero a lo otro y «competir con tus propios méritos» con los pintores de paisajes, si es que eso te preocupa tanto. Esta medida [del Consejo Artístico de Australia] supone una supresión de lo nuevo, lo emergente y lo político, para el beneficio de lo conocido y lo comercial (el arte elevado es un gran negocio)”.

La teórica Anna Munster desempeñó un papel importante en el debate, y criticó con dureza la decisión del Consejo. En Fibreculture escribió: “Vivimos profundamente inmersos en el informativismo, considerado como un conjunto de circunstancias sociales y políticas. Necesitamos campos e infraestructura para dar apoyo a las respuestas y a los experimentos que se hagan con ello. No importa si el Comité de Nuevo Arte Mediático está o no atrapado en un bucle semántico acerca del término “nuevos medios”. El caso es que una cantidad enorme de obra muy interesante y extraordinariamente experimental hecha aquí, en Australia, no habría podido realizarse sin él”. Munster apunta al futuro de la joven generación. “¿Adónde van a ir ahora en busca de ayuda nuestros artistas jóvenes y emergentes, que se alimentan y viven de la cultura de la información? Tendrán que dedicarse a ganar unas perras haciendo diseño para la red, componiendo tonos de llamada o sacando una buena tajada cada vez que una superproducción hollywoodense desembarca en los estudios de la Fox. O bien tomarán el camino agotador de la actividad académica, que va a ser, de todos modos, el siguiente ámbito en el que van a sufrir recortes los nuevos medios. Naturalmente, tienen/tenemos que hacer esa basura para vivir, y tratamos de sustentar nuestras prácticas más experimentales por esas vías. El comité anterior subvencionó a un abanico de gentes que tuvieron periodos de tiempo más continuados para poder pensar bien las ideas y llevarlas a buen término. De ese tiempo no puede disponerse sin subvenciones”.

Anna Munster apunta también a la posición “precaria” actual de la práctica artística existente a costa del trabajo voluntario sin remuneración. “La idea de que estamos —o debiéramos estar— moviéndonos del estado de bienestar a la comercialización es simplemente adoptar el simplista parloteo electoral del gobierno. Los tiempos económicos que vivimos como artistas suponen una mezcla de los sectores público y privado, que se están reestructurando a la luz de los cambios globales encaminados a una economía basada en los servicios. La realidad para la mayoría de los artistas es que se les da alguna subvención por parte del sector público, un poco de patrocinio, y después, el resto de su tiempo venden sus servicios para poder pagarse su práctica. Vender sus servicios es actualmente el modo en que los artistas lleguen a fin de mes”.

Melinda Rackham, artista y comisaria de Internet, se ha beneficiado claramente de la estructura actual. “Aunque el comité fuera una solución a corto plazo, era una solución muy buena que están siguiendo otros países. Ayudó a que se produjeran obras de fantasía, creó un diálogo y promocionó a nuestros artistas globalmente. Y funcionó con muy poca inversión”. Lucy Cameron, becaria de la Universidad de Queensland, apunta otra tendencia: “Se está sugiriendo que en el futuro habrá menos subvenciones para “nuevos talentos” y más para los “ciclos virtuosos”, basándose en la historia de la institución a la que estás vinculada —si te han dado subvenciones/contratos con anterioridad, tienes más posibilidades de que te den subvenciones en el futuro—, siendo éste un proceso que viene apoyado por la sugerencia actual del gobierno de que en Australia vamos a volver pronto a un sistema educativo de dos niveles: uno de sólo enseñanza, y otro para instituciones de enseñanza e investigación más elitistas. El efecto total de ese tipo de filosofía estadounidense de mercado libre, de crecimiento endógeno empezando la casa por el tejado, es que le falta capacidad comercial más que talento individual”.

En una carta abierta al presidente del Consejo Artístico de Australia, el artista mediático Simon Biggs resume algunos de los aspectos “secundarios” del nuevo arte mediático, junto a la cuestión central de si es arte (o no). “La emergencia del nuevo arte mediático puede considerarse algo valioso para la sociedad, y no sólo por el arte que surge de él. Australia es líder mundial en las nuevas industrias mediáticas, y eso se debe en parte al intercambio bien documentado que ha habido entre las prácticas culturales experimentales que se han dado en el nuevo arte mediático y la explotación comercial de esos descubrimientos. Australia es también líder mundial en el ámbito de la educación y, por otra parte, eso se ha visto realzado de manera notable por la emergencia de departamentos especializados en nuevo arte mediático en muchas de las universidades australianas, y queda asimismo probado por la cantidad de artistas australianos empleados en departamentos similares en universidades de todo el mundo”. Pero como Lucy Cameron mencionaba ya, el éxito se mide principalmente como talento individual, y no se ha materializado en escuelas, redes, movimientos, conceptos, incluso en instituciones. La política subvencionadora del Consejo Artístico de Australia durante la década pasada ha dado como resultado un campo de artistas dispersos, con buena formación sin duda, y bien informados, que ahora están cada vez más desesperados porque la siguiente y necesaria fase de institucionalización del ámbito no se ha producido. La estrategia de subvencionar una serie de pequeñas organizaciones y distribuir el poco dinero que había entre individuos ha convertido al Comité de Nuevos

Medios, y a todo el sector en su conjunto, en blanco fácil.

Este *lehrstück* brechtiano desde los antípodas podría llevarnos a la tesis de que el auténtico potencial del nuevo arte mediático está en su capacidad de desaparecer. El nuevo arte mediático resulta ser un proyecto hegeliano encaminado a su propia trascendencia. No es un fin en sí mismo, a pesar de que es evidente que tiene tendencias autorreferenciales, como todas las actividades de la sociedad. A corto plazo, el nuevo arte mediático pretendía descubrir la lógica interna, los estándares y las arquitecturas de las nuevas tecnologías, pero aparentemente ese proceso sólo puede durar poco tiempo. La fase de experimentación va a finalizar necesariamente. Sus descubrimientos se dispersarán por la sociedad.

GEERT LOVINK es teórico, crítico de Internet y activista de los medios. Desde enero de 2003 es miembro posdoctoral de la junta rectora de la Universidad de Queensland (Brisbane). Es miembro del Adilkno, La Fundación por el Avance del Conocimiento Ilegal, una asociación libre de intelectuales relacionados con los medios fundada en 1983 (Agentur Bilwet auf Deutsch). La mayoría de los textos tempranos de Lovink y Adilkno en holandés, alemán e inglés pueden encontrarse en: <http://thing.desk.nl/bilwet>. El archivo de textos recientes online de Geert Lovink está en: [www.laudanum.net/geert](http://www.laudanum.net/geert). Fue editor de la revista de arte mediático Mediamatic (1989-94), y ha estado impartiendo clases y dando conferencias sobre teoría de los medios por Europa Central y Oriental.