

ARTURO / FITO RODRÍGUEZ BORNAETXEA

**El *making of* como material de trabajo
(Sobre producción, distribución y difusión)**

El autor realiza un recorrido por las experiencias derivadas de los proyectos Arte y Electricidad y Tester en los que la Fundación Rodríguez, asociación a la que pertenece el autor, ha trabajado estos últimos años. En el texto reflexiona sobre el proceso de trabajo y la difusión de los proyectos arriba mencionados, y plantea cuestiones aplicables a la producción de cultura contemporánea en general.

Escribir sobre lo que aquí escribo significa observar, verificar y contrastar aquellas cuestiones que han organizado nuestro trabajo en los últimos años. Prácticas en las que lo artesanal y lo industrial, lo tecnológico y lo rudimentario, lo digital y lo analógico se derriten conformando un producto cultural movedizo y deslizante que a veces no alcanzamos a abrazar abiertamente porque se escurre entre nuestras impericias y nuestros vértigos.

Escribir sobre estas cuestiones es adentrarse en un terreno de arenas movedizas que hay que atravesar con lo puesto para poder ver con cierta distancia los proyectos realizados. Entender esta travesía como una extensión del propio proyecto es la única manera de comenzar a bosquejar nuevos planes.

Tres cosas.

Una mirada sobre el arte actual nos demuestra que ideas como producción, distribución y difusión aparecen integradas en el proyecto contemporáneo y que son las interrelaciones y las interferencias que se dan entre estos tres conceptos las que determinan su verdadera proyección en la sociedad, en el mundo del arte y en aquello que los une.

Si esta proyección pivota en gran medida sobre los tres ejes citados, que a su vez se apoyan en soportes propiciados por el contexto sociológico, ideológico y político, parece necesario aceptar que las contaminaciones y los contagios constituyen una característica central de los discursos que el arte genera.

Una complejidad que vuelve a hablarnos de la necesidad de trabajar en muy diferentes niveles, de forma oblicua, a veces desde una abrumadora responsabilidad y con una necesaria comprensión de las relaciones de fuerzas que ofrece todo este horizonte.

Secuencia.

Sin que esta suerte de ingeniería reste la intensidad que precisa toda iniciativa creativa, parece necesario entender la producción, la distribución y la difusión como una secuencia lógica que se desarrollara como un paquete de regalo.

Encontraríamos así la idea de producción ligada al cambio de paradigma, a toda una nueva atmósfera crítica que ha reflexionado sobre lo que significa el trabajo en la actual era postfordista y que ha mostrado cómo tres tipos de acción, el del trabajo, la política y el arte, que antes se mostraban inconexas, coincidan ahora en una misma actitud, siendo esenciales en todo proceso productivo.

A continuación, entenderíamos la distribución como una actividad vinculada a la idea de “visibilidad”, a la capacidad de “llegar” y a la ansiada conquista de la mirada. En muchos casos, es precisamente en la distribución donde finaliza la propuesta artística, ya que es esta visibilidad la que gobierna el escenario y acapara los focos.

Otra cuestión es la conquista de la atención, que tiene que ver con la capacidad de seducción y cuyo éxito, en estrecha relación con la “difusión”, permitiría en un paso más allá, dar pie a opiniones, a valoraciones, en definitiva, al debate. . . .

La distribución hace llegar el paquete; conecta el producto con el potencial consumidor.

Intentando completar la secuencia, se podría entender la difusión como una suerte de “emisión”, un “echar hacia fuera” el mensaje. Es aquí donde ese mensaje que fue inscrito en el proceso de producción y que viajó en el soporte o por el medio que fuera, surge, se desenvuelve, se proyecta.

Se podría decir que la difusión correspondería entonces al estadio más elevado de esta secuencia, ya que significa acceder a ciertos canales, frecuencias, circuitos, pistas, programas, pero además, significa utilizarlos para hacer progresar el contenido de la propuesta más allá de las mentes que le dieron forma.

Ser difundido o emitido es “llegar” con el mensaje (si es que había algo que decir), lo que comporta culminar con éxito un proceso que no pretendía otra cosa que salvar la complejidad que ha venido cobrando el antiguo esquema “emisor-receptor”.

La difusión es el momento en que se desenvuelve el paquete, se descubre el regalo y se entiende su valor.

Discontinuidad.

Del mismo modo que la secuencia citada intenta organizar los tiempos de un proyecto, su discontinuidad podría descubrir las incompetencias o carencias del mismo, pero también podría ofrecer escenarios de actuación diferentes e insospechados. Espacios, foros y destinatarios aparecidos circunstancialmente en ramales que no habían sido tenidos en cuenta a la hora de trazar la ruta.

La discontinuidad como material de trabajo puede resultar también provechosa siendo un fin en sí mismo. La infiltración, el camuflaje, así como diferentes estrategias y tácticas podrían desde el planteamiento de un proyecto cuestionar este concepto de serie o de frecuencia al subvertir el orden de los factores o al integrarlos como propuesta unitaria.

Subyace así, en algunas propuestas surgidas desde el arte, una lógica reserva a caer en funcionamientos mecánicos que conduzcan al marketing o a la mercadotecnia, cuando no una irresistible fascinación por este tipo de relaciones, que acaban entregando el proyecto a la actividad meramente empresarial.

Éste es el deslizante piso en el que algunos nos hemos visto patinando en ciertas ocasiones por más que estuviéramos advertidos. Hemos circulado con la necesidad de dar a conocer un trabajo, pero con la precaución de no ser un “producto” más. Queriendo mantener el sello cultural o artístico de nuestro trabajo pero mirando de reojo la distribución comercial. Nos han conducido las ganas de llegar lo más lejos posible pero sin saber en qué vehículo hacerlo y nos ha impulsado la urgencia por emitir (por transmitir) pero sin antes haber sabido llegar.

Y en muchas ocasiones sin saber a quién llegar y sin saber cómo transmitir.

Antideslizantes.

Producir es también explicarse, darse a entender por medio de la palabra. Aquí, en la producción de pensamiento, la idea de red ha supuesto un fenómeno capaz de unificar producción, distribución y difusión. Así, la imagen de “red” aparece señalada en determinadas situaciones como un etapa evolucionada de los nuevos procesos de producción. Su pregnancia, esto es, la capacidad de captar la atención, bien sea por la simplicidad o la estabilidad que representa su sola mención, parece funcionar como una etiqueta de confianza, tal vez por lo contemporáneo del concepto.

Pero la red no llega a ser todo lo tensa que sería deseable cuando existe un producto que precisa del soporte físico. Porque aunque sea una cuestión de tiempo, el hecho de que todo pueda distribuirse y emitirse por la red, existe ya toda una nueva ansiedad creativa surgida precisamente de esta circunstancia, que obliga a los productores culturales a encontrar soluciones mixtas y actualizables.

Y de este modo, cuando lo creíamos ya “superado”, la atención recae de nuevo en el objeto. Otro objeto, es cierto, desprendido de auras aunque no exento de cánones, pero objeto al fin y al cabo, que a partir de su característica reproducible, obliga ya desde la puesta en marcha del proceso de producción a pensar en su viaje, en su llegada, en su eyección transmisora...

¿Cómo incrustar nuestro objeto en esa otra compleja red que no es la “nuestra”? Una red de distribución dura, blindada, inexorable. ¿Cómo utilizar nuestra red para hacer posible la circulación de productos culturales?

La experiencia nos obliga a pensar en una red “tensa” que haga suya la secuencia de producción, distribución y difusión.

La experiencia nos obliga a pensar con cada nuevo proyecto en sus destinatarios, en personas y ciudadanos (un momento antes de que sean consumidores), nos obliga a pensar en públicos posibles o quizá en la creación de nuevos públicos. Con cada nuevo proyecto pensaremos en ámbitos influyentes y ámbitos influenciados en los cuales desarrollar el trabajo. Serán necesarias otras muchas valoraciones que vengán a intentar un avance con respecto a la anterior fórmula de producción (lo que obliga a valorar permanentemente las condiciones de trabajo) y que mantengan abiertas las posibilidades de actualizar las relaciones entre distribución y difusión.

Y será preciso también creer en nuevas fórmulas de irradiación, que conecten sensibilidades y produzcan nuevos brotes en nuestra red de aspiraciones.

Alexis Vaillant, refiriéndose a la obra de Matthieu Laurette, dice:

"Los artistas nos demuestran que lo que está en juego concierne ante todo a la naturaleza misma del espacio de difusión".

Esa emanación, quizá utópica, en la que se confundiera el mensaje emancipador con el medio utilizado, y que mezclara hasta identificarlas calidad creativa y eficacia de recepción, vendría a resarcir en buena medida al proyecto artístico del desfase que acarrea con respecto a los medios de comunicación de masas.

Sin duda, es sobre la esencia misma del espacio de difusión sobre la que hay que trabajar porque como dice Franco Berardi, "Bifo": "La comunicación no es un instrumento de la acción política, sino la acción política misma", pero no podemos olvidarnos de que hay que hacer llegar un paquete y desarrollarlo.

En algún sitio, te está esperando un regalo.

Este texto está basado en hechos reales: la experiencia llevado a cabo con los proyectos *Arte y Electricidad* (www.arteyelectricidad.net) y *Tester* (www.e-tester.net), ambos de Fundación Rodríguez y producidos por Arteleku.

ARTURO / FITO RODRÍGUEZ BORNAETXEA es miembro de Fundación Rodríguez. (www.fundacionrdz.com).

CC

Esta revista está bajo una licencia Recono-NoComercial-CompartirIgual de reative Commons, bajo la cual se permite copiar, distribuir y comunicar públicamente los textos y las traducciones sin fines comerciales, y además se permite crear obras derivadas siempre que sean distribuidas bajo esta misma licencia. Licencia completa:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/es/legalcode.es>