

Posibilidad y límites del arte en internet

Jorge Enrique Mújica, L.C.

Analista en temas relacionados con medios de comunicación en ZENIT News Agency y consultor en ética de las comunicaciones en Catholic.net.

Planteamiento del problema

La cuestión que aquí nos planteamos no es una simple disquisición especulativa pues toca algo demasiado práctico: una manera distinta de concebir el arte y todo lo que éste implica tanto para el artista como para quien lo contemplará.

Al centro están, por tanto, la posibilidad y el límite del arte en internet. Distinguímos desde el inicio dos conceptos: «art on line» y «on line art».

1. «Art on line»

Por «art on line» entendemos el simple migrar a la *web* de las obras artísticas ya existentes, un hecho prácticamente generalizado por cuanto toca a los grandes museos¹ y colecciones de arte. En esta categoría también se puede considerar, por un lado, una especie de «sociología artística *on line*»: qué hay, de dónde, qué calidad tiene, qué falta, etc.; y, por otro, una biblioteca² de recursos en línea que ayuda a entender mejor eso que previamente estaba en los museos físicamente visitables. «Art *on line*», por tanto, viene a ser un

¹ De acuerdo a los datos del «Informe Mundial de la Cultura 2013» de la UNESCO y estudios del *Themed Entertainment Association*, los 10 museos más visitados por personas (físicamente presentes en ellos) fueron: 1) Louvre (Francia: <http://www.louvre.fr/>), 2) Museo Nacional de Historia Nacional (Washington, USA: <http://www.mnh.si.edu/>); 3) Museo Nacional del Aire y del Espacio (Washington, USA: <http://www.airandspace.si.edu/>); 4) Museo Metropolitano de Arte (Nueva York, USA: <http://www.metmuseum.org/>); 5) Museo Británico (Londres, Gran Bretaña: <http://www.britishmuseum.org/>); 6) Tate Modern (Londres, Gran Bretaña: <http://www.tate.org.uk/>); 7) Galería Nacional (Londres, Gran Bretaña: <http://www.nationalgallery.org.uk/>); 8) Museos Vaticanos (Ciudad del Vaticano: <http://www.mv.vatican.va/>); 9) Museo Americano de Historia Natural (Nueva York, USA: <http://www.amnh.org/>); 10) Museo de Historia Natural (Londres, Gran Bretaña: <http://www.nhm.ac.uk/>). Como se puede advertir, todos tienen una web de referencia.

² Al respecto es especialmente interesante el proyecto «Oxford Art on line» (<http://www.oxfordartonline.com/>) de la Universidad de Oxford.

simple espejo de lo que podemos encontrar en las galerías artísticas. No es en esta concepción la que queremos tratar.

2. «On line art»

Por «*on line art*» podemos entender toda esa producción artística específicamente concebida, realizada y accesible exclusivamente en internet. Ciertamente esto nos pone ante el reto de justificar que eso que se pone en la *web* es arte y ante tal dificultad lo primero que se tiene que hacer es no cerrarse de antemano a una posibilidad de este tipo.

Internet es hoy en día un ambiente y, así considerado, supone un ámbito nuevo en el que el espíritu humano canaliza su actividad productiva con finalidad comunicativa e impronta estética. Siendo el arte, además, reflejo de la cultura y estando ésta marcada en los tiempos que corren por lo digital, no parece forzado considerar la *web* como un lugar distinto para expresar artísticamente ideas, emociones o una visión del mundo mediante recursos hasta hace pocos años no académicamente considerados. Por otra parte, esto es ya un hecho.

Hay artistas que crean para la *web* y que en la *web* exhiben su trabajo:

<http://www.artonline.it/>, <http://www.elartistaonline.com/>, <http://www.art-online.net/> o Pawel-Kuczynski (<http://www.pawelkuczynski.com>) son solo cuatro ejemplos de entre una multitud de casos que se podrían referir.

3. Posibilidades

Partimos, por tanto, de una realidad constatable: hay personas que hacen «*on line art*». Esto puede individuarse según categorías distinguibles de entre las cuales la literatura es posiblemente la más longeva pues se remonta a la existencia misma de los blogs allá por el año 1997.

Actualmente la sectorización de los blogs o bitácoras es todo un mundo en sí mismo pero en su génesis estuvieron vinculados a un género literario tan particular como el autobiográfico de los diarios o al del periodismo: dos géneros que en la historia de la literatura han gozado del favor del público y así de una buena salud³.

³ Con el crecimiento exponencial de Twitter ha nacido incluso la así llamada «Twitteratura» (véase al respecto Jorge Enrique Mújica, «Twitter, de experiencia literaria a twitteratura religiosa», *Evangelidigitalizacion.blogspot.com*, 11 septiembre 2011, en <http://evangelidigitalizacion.blogspot.it/2011/09/twitter-de-experiencia-literaria.html>). Existen en la *web* proyectos específicos que giran en torno a este concepto. Es el caso de <http://www.twletteratura.org/>.

La mundialización de internet y la colocación de la imagen al centro de las interacciones supusieron un «boom» para la fotografía pero no solo para ella. Fue así como plataformas al estilo *Flickr*, *Pinterest* y, más recientemente, *Instagram*, se fueron convirtiendo en auténticas galerías digitales con miles de verdaderas obras artísticas en el campo de la fotografía.

El así llamado «séptimo arte», el cine, encontró una extensión telemática en *YouTube*, *Vimeo* y *Netflix*. Que en fechas recientes se esté produciendo tanto cine como televisión específicamente para la web (piénsese en la serie «The Confession»⁴, por poner solo un caso) es algo sintomático. Otro tanto puede decirse del sonido con plataformas como *SoundCloud*⁵.

La aparición de dispositivos digitales (*i-Pad*, *i-Pod*, *Google Glass* o el *iWatch*), aunado a un creciente consumo de la *web* por medio de ellos⁶, supone dar un paso más adelante y plantearnos aquí qué suponen para el «on line art».

Si el arte implica un lenguaje y cada uno de los ejemplos antes referidos privilegia alguno (el texto, la imagen, el video, el sonido), ¿no es más bien un reto para el incipiente «on line art» esta variedad de nuevas puertas de acceso a las creaciones artísticas? Ya hay quienes han pensado en esta dificultad —ciertamente no por una preocupación por el arte⁷— y la respuesta ha sido el «lenguaje transmedia»⁸: se trata de una modalidad que integra las particularidades antes dispersas y termina enfatizando todavía más el factor «experiencial».

⁴ Cf. C. ABAD CADENAS, «The Confession», *acepresa.com*, 7 mayo 2013, en <https://www.acepresa.com/articles/confession/>.

⁵ Por citar tres casos concretos relacionados con el mundo de la música: Alex Bervoets (<https://soundcloud.com/alexbervoetsmusic>), Mario Viñuela (<http://www.mariovinuela.com/>) o Johannes von Ballestrem (<http://www.johannesballestrem.de/>).

⁶ Véase, por ejemplo, A. SMITH, Pew Research Center, «U.S. Smartphone Use in 2015», 1 abril 2015, en <http://www.pewinternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/> [última consulta: 30.05.2015].

⁷ Cf. E. ALPAÑÉS, «Así será el futuro del porno. Y de todo lo demás», *yorokobu.es*, 31 diciembre 2014, en <http://www.yorokobu.es/pornografia-virtual/>.

⁸ El término se remonta a 2011 y se atribuye a Henry Jenkins, (cf. «Transmedia 202: Further Reflections», en: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html). Véase también J. CELAYA, «Narrativa transmedia», en <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/3713/narrativa-transmedia/>; y M.I. RODRÍGUEZ FIDALGO — S. MOLPERECES ARNÁIZ, «The Inside Experiencia y la construcción de la narrativa transmedia. Un análisis comunicativo y teórico-literario», en <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/43918/41516>.

Así las cosas, el «on line art» supone considerar la web tanto como herramienta de trabajo específica, como resultado de ese trabajo creativo y como ámbito de exposición artística.

Hay, sin embargo, unas particularidades más de la *web* hodierna que singularizan todavía más el «on line art», al artista, su obra y al auditorio: la interacción y la inmediatez. Estas características pueden ser tanto una posibilidad como un límite.

4. Límites

Que una obra pueda llegar directamente a las personas interesadas es el anhelo de todo artista. Al presente, este anhelo encuentra un cauce generalmente sencillo por medio de las redes sociales que facilitan compartir y, al menos potencialmente, viralizar contenidos. En términos generales esto presenta el beneficio no solo del alcance sino también de la inmediatez: el artista entra en relación con su público y es éste su primer crítico de arte.

Ahora bien, la dinámica como el público suele interactuar en las redes sociales se reduce en no pocas ocasiones a «me gusta», «+1» o «retuits». Es comprensible que uno que hace «on line art» se vea psicológicamente condicionado por aquello que resulta más popular y que no necesariamente es lo más artístico o lo que en el fondo él quería reflejar. Lo decía un viñetista español desde su cuenta personal de *Facebook*: «Comparto la portada de un libro y hay casi 100 me gusta. Y mis viñetas no llegan a la docena». Ante este panorama es justo plantearse la pregunta acerca del valor específico de esa característica más universal de la comunicación actual, la interacción, en términos de límite o de oportunidad y no solo para la disposición personal del artista sino también para los destinatarios del «on line art». Respecto a los segundos el lenguaje transmedia es ya una especie de respuesta que tal vez solo en un futuro podremos valorar mejor⁹.

⁹ Al 2015 todavía es posible hacer una distinción entre «nativos digitales» y «migrantes digitales». En un futuro posiblemente no demasiado lejano esto ya no será posible pues la mayoría de la población habrá nacido en un tiempo en que lo digital lo permea todo. Considerando esto, hoy la interacción propia de lo digital suele estar asociada a la dispersión mientras que la contemplación queda ligada a cierta quietud que posibilita la reflexión. Esto toca algo muy concreto: el modo diverso como perciben y experimentan el arte los nativos digitales y los migrantes digitales.

Conclusión

Con lo dicho hasta aquí se puede advertir que los límites del «on line art» no son de carácter técnicos sino internos al artista. El valor de la interacción dependerá del grado de madurez de la persona que pone *on line* su propia creación artística, sabe qué quiere con ella y conoce hacia dónde la quiere llevar.