

https://

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<body>
```

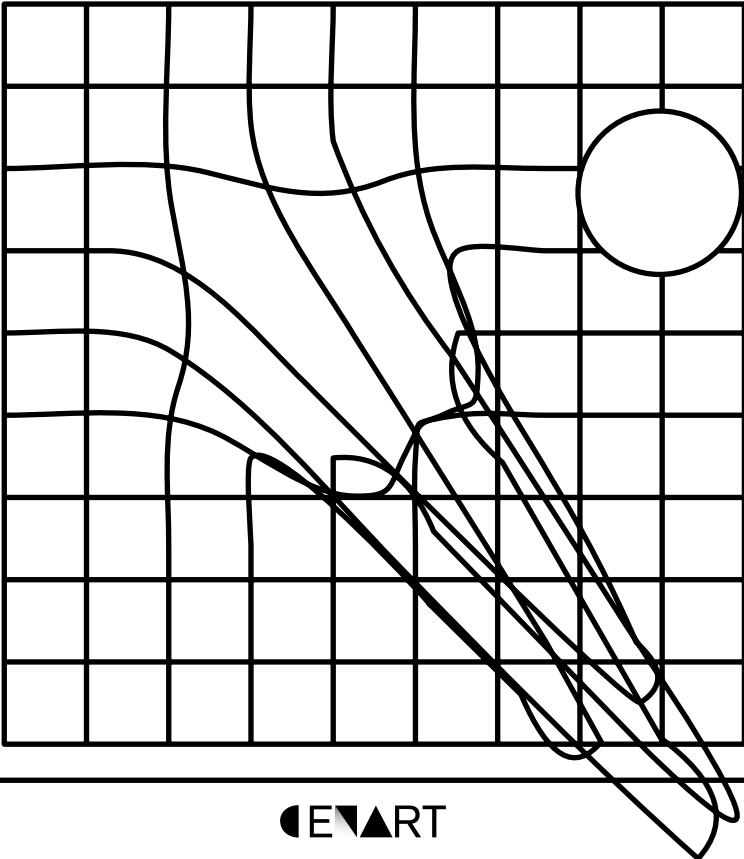
```
<h2>HTML Links</h2>
```

```
<p>HTML Style vs substance:</p>
```

```
<a href="https://www.Fran_llch.com">This is not a link</a>
```

```
</body>
```

```
</html>
```



*La pregunta del style vs substance
en el ciberespacio*, Fran Ilich

Laboratorio de Investigación en Arte
y Tecnología
Daniel Escamilla, Sofía Ánimas,
Jan Córdova, Jaime Mendoza,
Carolina González

Primera edición, Ciudad de México
Noviembre del 2018
100 ejemplares impresos en riso-
grafía por Can Can Press

Diseño de portada: Gabino Azuela
Diseño editorial: Jackie Crespo

Proyecto Beneficiario del PADID 2017

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA



**La pregunta del *style vs substance* en el ciberespacio
Fran Ilich**

Es normal que la vieja pregunta de la técnica regresará a espantarnos justo ahora, cuando ya habíamos olvidado aquella cuestión de la forma contra el fondo, el estilo contra la sustancia (o como lo llamaban, *style vs substance*,). Por un lado teníamos a los punto coms cuestionándose si lo que importaba era la experiencia interactiva en el diseño o si como decían algunos: el rey era el contenido (*content is king*). Esta gente pronto se dio cuenta que hasta para crear una comunidad virtual era indispensable que existiera lo necesario para crear una comunidad, y que un establecimiento de *e-commerce* en Internet con foros para que tanto clientes como empresarios se comunicaran, no podía ni de lejos ofrecer una plataforma para crear dicha comunidad. Que ni el *software* más perfecto creaba por sí mismo una comunidad, ni reuniendo en un mismo *mailing list* a personas con los mismos intereses, basta para que naciera una comunidad. Sin embargo, los expertos en *marketing* seguían llamando a dichos foros, comunidades virtuales. Pero pronto, hasta Howard Rheingold, el gran profeta de éstas, se decepciona. Rheingold, quien en 1993 publicara el libro *The Virtual Community: homesteading the electronic frontier*, reeditado en el año 2000 por MIT Press con un nuevo extenso capítulo 11, titulado *Rethinking virtual communities*, que además de retomar y extender las ideas pesimistas del capítulo 10, *Disinformocracy*, actualiza lo sucedido en los siete años posteriores a la primera edición, así como las posibilidades de las comunidades virtuales en el futuro, llegando a la conclusión de que éstas no se pueden producir sin que exista un tejido social, y afirmando que él habría ahorrado más de una década de debate de haber llamado inicialmente a tales foros, en lugar de comunidades virtuales, redes sociales en-línea (*online social networks*). Ahora la pregunta: ¿Es eso a lo que llaman comunidad virtual, contenido o forma? ¿Sustancia o estilo? ¿Técnica o esencia? ¿Medio o mensaje?

Y, sobre todo, ¿qué tan separada está una cosa de la otra, y hasta qué punto el tejido de ambas, crea un producto complejo y sintético? ¿Y por qué podría alguien llamar “comunidad virtual” a un espacio donde puedes publicar mensajes en texto (que pueden ser leídos por cualquier otro conectado a Internet) y que permiten responder a mensajes ya publicados? Peor aún, desde luego existe una técnica que hace que esto sea posible, pero ¿y el contenido, la esencia? ¿Hasta qué punto tiene que ver el *software* con el contenido, el mensaje, lo que se intenta comunicar, narrar? ¿Eso dónde está? ¿Por qué muy pocas redes sociales en-línea sobreviven y pocas de ellas llegan a servir como medios o espacios para compartir información que incluso sus propios miembros consideran valiosa? ¿Y por qué todavía muchísimas menos de estas mismas comunidades, pueden trascender el simple intercambio de datos y establecerse como un espacio de relación social ya sea virtual, o real?

¿Por qué hablo de la experiencia de interrelación social y comunicación en-línea, y no de arte? En principio porque presupongo que sólo a partir de esto se puede crear una experiencia artística en línea, y que solo así la cuestión de la *tekhné* tiene sentido. Sin sociedad no hay significado, del mismo que sin *tekhné* no hay arte. Por tanto me interesa comenzar un debate a partir de la posibilidad de que exista una sociedad en-línea, y que esta genere sus propias obras de arte, en un contexto distinto, con valores estéticos propios que divergen de la escena del arte contemporáneo institucionalizado por museos y demás, del mismo modo que del arte público, popular e incluso de las culturas callejeras y de club (*club cultures*).

Sobre la crisis

Es normal que la vieja pregunta de la técnica regresara a espantarnos justo ahora, cuando no sabemos qué hacer con nuestros ordenadores y su creciente poder de cómputo, cuando nos hemos dado cuenta que el espacio físico se acaba y nos hemos puesto a crear espacio virtual que poco a poco se vuelve más habitable, una dataesfera penetrante que está alrededor de nosotros en el éter, las líneas telefónicas, las calles de la ciudad, la violenta publicidad. No discutiremos otra utopía, no es el lugar. Hakim Bey se dio cuenta que si bien las islas del Caribe compartían muchas de las cualidades y sueños que la cibercultura temprana de los noventa le atribuía a Internet, éstas no tenían números IP (Internet Protocol), ni programas como *Carnivore* que pudieran rastrear cualquier archivo o situación que estuviera/sucediera en una máquina conectada a Internet. Vamos, las Islas del Caribe no fueron construidas por la milicia de E.U.A., ni desarrolladas desde entonces por corporaciones transnacionales, y empresas de telefonía, cuyo principal móvil era el dinero. Esos sueños del *net* como “Zona autónoma temporal” han muerto y sólo sobreviven en la mente de “techno-bohemios”, esos ciegos nostálgicos que aún creen en cuentos de *hackers* que liberarán al mundo, aun cuando éstos sólo están interesados en unirse a las filas de ingenieros y trabajadores privados de las firmas que más dinero generen para sus bolsillos. La información debe ser libre, decían. ¿Y ahora? ¿Cómo nos escondemos de la información? ¿Cómo filtramos el mar de *spam* que inunda día a día nuestros buzones?

Gracias a buscadores como *Google*, es muchísimo más fácil hallar el contenido que se pierde en la red del mismo modo, que una aguja en un pajar. Esto sigue siendo igual de complicado si no se cuenta con un detector de metal. La información está en la palma de nuestras manos, cayendo como un chorro de agua: el problema es como asirla, atraparla en nuestros puños para que tenga alguna utilidad. Ya hemos visto que una cosa es la información cuando se nos presenta de modos a los que estamos moderadamente acostumbrados y otra cuando rompe con los paradigmas. Digamos, un periódico en-línea sigue teniendo mucha relación con un periódico impreso: lleva textos, imágenes, páginas; aunque ahora cada texto o artículo sea el equivalente a una página en sí (en un periódico impreso no que cada artículo ocupe una página, al contrario, muchos artículos aparecen en una página). Y es verdad que hasta ahora no es tan fácil leer un periódico en-línea mientras viajamos en el metro o en autobús, a menos de que llevemos un PDA, un teléfono móvil con acceso a internet o una computadora portátil. Y claro, en una ciudad como la de México, entran otras cuestiones temporales y económicas que implican la pregunta de si apareciéramos en público con estos aparatos, ¿cuánto tiempo durarían en nuestra posesión?

La brecha digital no es un mito, sin embargo, más preocupante es la economía mundial que hace real a dicha brecha. De ahí que mucha de la producción digital y electrónica actual se centre en cuestionar los modelos económicos y sociales contemporáneos, los problemas de distribución de capital, producción de bienes, y temas de propiedad intelectual. El arte como la cuestión temporal que es, debe ser congruente al contexto en que se crea, fue la burguesía misma quien lo situó por vez primera como algo que aspira a pasar a la eternidad porque es justo en la eternidad donde muchas cuestiones críticas se vuelven inútiles, por tanto no afectan al espa-

cio-tiempo que se vive. Y justo por esa ambición propia del artista de pasar a formar parte de los fósiles de la antigüedad, deja de hacer estas cuestiones y de este modo el arte creado a partir de esta postura, se convierte en algo que no es una amenaza para nadie, en algo que sólo el tiempo podrá cuestionar, en algo digno de yacer muerto en un museo, en algo bello e inofensivo, como la ropa clásica que siempre está de moda. No es nada extraño que hayan sido las clases conservadoras quienes propusieran esto al mundo del arte, lo extraño es que los artistas hayan mordido el anzuelo.

Pero volviendo a la vieja pregunta por la técnica, ¿por qué la habíamos olvidado? ¿En qué momento perdió tanto significado como sentido, la cuestión del estilo contra la substancia, la forma contra el fondo? Podríamos mencionar que la narrativa en la Posmodernidad de los años ochenta hizo que toda cuestión se redujera a una mera diatriba, la fragmentación del discurso coherente y de una significación del individuo en pleno momento de la masificación, la producción global, la creciente sobreinformación, las guerras, el sida, nos volvieron inmunes a cualquier argumento o experiencia de vida. Todo era sólo algo más: “done it, seen it, been there” (lo he hecho, lo he visto, he estado ahí). El contenido y la sustancia habían perdido significado, la técnica y la estética cobraban relevancia, cualquier historia bien narrada podía transmitir una experiencia significativa dentro del contexto del consumismo compulsivo: al final, la información nos había saturado y toda obra de arte era un simple objeto: los dadaístas y las vanguardias históricas habían triunfado. ¿O acaso perdieron? El arte había muerto. Pero entonces cuando nos preguntamos si el arte ha muerto, chocamos contra una pared muy grande, las universidades, los museos y las instituciones culturales están repletas de personas que consagran su vida al nombre del “arte por el arte”. Y entonces nos encontramos con que ese arte sigue

vivo, para bienestar de quienes pueden darse el lujo de ser usados por un concepto que ha sido bastante trabajado, por una clase que tiene el poder para “comodificar” los conceptos más absolutos, y los supuestamente menos comerciables.

La industria del comercio globalizado y la reproducción masiva están aquí para recordarnos que todo puede ser un objeto, para esta sociedad que desde siempre se ha alimentado de iconos y símbolos, que representan cualquier clase de ideas, la mayor de las veces sin explicarlas/narrarlas o sin detenerse a explicarlas/examinarlas. Tal es la situación. Hay una crisis respecto al contenido, que con solo prender la televisión podamos verla, en cualquiera de sus cientos o miles de canales (según la clase de audiencia a la que pertenezcamos: de los que requerimos canales *premiere* internacional, o de quienes nos conformamos con televisión de acceso pública, la mayor de las veces local) y no voy a simplificar a la televisión relegándola al territorio de lo inútil, por el contrario, si bien muestra una crisis de contenido, tan solo con la cantidad impresionante de imágenes con que miles de televisoras pueden llenar meses enteros de días de 24 horas de programación, han logrado crear una industria impresionante, adictiva y envenenante, que incluso llega a hacer que una cantidad enorme de personas dejen sus empleos y se dediquen exclusivamente a ser observadores (a los que no sé si llamar pasivos) de la caja hipnótica.

Ya lo advertía Jean Paul Sartre en *Qu'est-ce que la littérature?*, en el caso de la pintura, de la poesía, todas ellas son imitaciones de objetos (no significados); ellas no narran, no crean: imitan. Lo mismo puede suceder con el *media-art*: en muchos casos puedes ser libre de ver lo que quieras en él, sobre todo ahora que muchos de estos experimentos se hacen en medios inestables, aunque por otro lado hay quienes intentan generar un discurso que permita la interactividad,

la experiencia, no basada en símbolos, sino en discursos donde el autor puede dirigir un mensaje (que el medio no sea un límite) donde se expliquen ideas y situaciones muy concretas (aun cuando éstas estén basadas en temas irreales o imposibles según las leyes de la física).

En una ocasión interpretando una pieza de Flash para *web*, llegué a una conclusión, que me parecía que hacía referencia al título de la obra. Platicando con el autor resultó que no, sólo yo no había entendido nada, (incluso tras haber sido yo mismo quien había comisionado la obra para un festival con un tema muy definido). Así que el autor terminó explicándome algo tan alucinante, como grandilocuente y trascendental, que nunca hubiera pasado por mi mente. Pensé, mientras me explicaba la obra, que quizá incluir un pequeño texto en el *website* hubiera hecho que el autor fuera menos incomprendido, y que si éste era el mensaje, la mayoría de quienes habíamos conocido la pieza estábamos perdidos, no habíamos entendido nada. Me pregunto si el medio sigue siendo el mensaje, o si el medio importa en relación al mensaje sólo en medios de comunicación masiva o como experiencia estética. Claro, era una pieza excelente, bella, pero no me había comunicado nada de la idea original del autor. Al final, me vi confrontado: tendría que transcribir lo que el autor me había explicado sobre su obra o escribir lo que yo interpreté; el texto era para el catálogo del autor. ¿Podría por lo menos hacer un híbrido entre interpretación e idea original? Había algo en la forma contrapuesta con el fondo que me dejaba pensando, quizá problemas en la técnica y en tejido, no habían permitido que la hilación de las ideas se diera en la acción y el producto final: ¿habían fallado la idea y su materialización? Quizá Platón no contemplaba que al hacer el *download* de los productos virtuales del mundo de las ideas podía haber problemas de transmisión. Quizá sea eso, pero esto no justifica que por más bellas que sean las ideas y el arte conceptual, cualquier idea mal materializada pueda salirse con la suya.

En el espacio digital, o en la calle

Si pensamos en el arte digital, centrándonos en Internet, que es una esfera donde en principio existe vida y avatares de diversos tipos donde está la representación textual, sonora, tridimensional, etcétera, de muchas personas que habitan durante muchas horas al día en este ciberespacio. Y donde si bien existen una tercera y cuarta dimensión, la tercera es un tanto simulada, así como el “habitar” es un tanto limitado en algunos aspectos respecto a lo poco material de su condición (todavía no podemos por ejemplo teletransportar objetos a través de él, del mismo modo que físicamente ni uno solo de nuestros dedos puede estar en su interior de él). Aunque otros aspectos son bastante liberadores, sobre todo en cuanto a que la virtualidad permite desarrollar los aspectos intangibles del mundo de las ideas, detalle de Internet que se acentúa en poblaciones donde los habitantes se sienten atrapados en el espacio, limitados en cuanto a opciones de comunicación interpersonal y acceso a la información, digamos en pequeños pueblos, suburbios, o ciudades subdesarrolladas.

Hablar del CD-ROM en este contexto quizá sea inútil, en primera, porque si la crisis económica de la industria de la música *pop* no facilita la posibilidad de que nuevos artistas emerjan y sean distribuidos, en el caso de producciones no relacionadas con la música la distribución se complica aún más. Puede incluso decirse que el CD-ROM, más que ser un formato de distribución, es un formato para archivar material digital: en distribución hasta ahora nada le gana a Internet, con todo y sus distintos cuellos de botella que llegan a hacer imposible el tráfico de datos en la red. En algunos aspectos

no todo es *broadband* (banda ancha), y con una simple conexión para revisar el email se puede hacer maravillas, pensemos por ejemplo en las “subculturas” del *e-book*, los juegos en Flash, la diseminación de virus computacionales, los fotomontajes en JPG, las listas de correo y el *spam*. Todos estos formatos digitales para producir material que no existían hace una década y media, y que ahora pueden ser disfrutados por cualquier persona desde Internet. No tenemos que complicarnos demasiado para entender al arte de Internet, que no debe confundirse ni con el arte en Internet y mucho menos con el *net.art*.

Ya mencionaba lo mismo el *Critical Art Ensemble* en uno de sus primeros libros, donde dicen que la clase dominante decidió los parámetros para definir el arte de manera que sólo quienes logren superar determinados estándares técnicos, alcanzarán la calidad como si la calidad fuera determinada por la forma en que se presenta el contenido y no por el contenido en sí o la síntesis de ambas), del mismo modo que quedar enmarcados en una tradición preferentemente ubicable dentro de las siete bellas artes (siendo la séptima la más debatible de éstas). De esta manera, aun cuando podemos experimentar una pieza que no quepa dentro de estas seis o siete disciplinas artísticas, ya sea una pieza poco elaborada o primitivista, con una estética *punkie*, *indígena*, o incluso DIY (hazlo tu mismo), ésta no será considerada ni por asomo como arte. Con la excepción de híbridos entre arte/pop, arte/industria y en ocasiones arte/ciencia, sin importar lo muy creativos o innovadores que algunos trabajos sean, pocos productos son afortunados en recibir la aprobación del mundo del arte y generalmente los que son aceptados no son los que más paradigmas rompen, o los que logran diseminarse y camuflarse dentro de un medio ambiente ajeno al museo, a la institución cultural, a la academia.

Esta aprobación por otro lado, puede ser el equivalente a que un *tagger* sea invitado a exhibir su *graffiti* en un museo, es decir, parece que alguien aquí ha malentendido los colores del aerosol, las palabras en una pared, el cuestionamiento que hace el graffiti a los espacios públicos y a la publicidad urbana. El *graffiti*, por ejemplo es una disciplina creativa bastante arriesgada y limitada por destreza, tiempo, incluso existe la amenaza de ser encarcelado por practicarlo, si se es descubierto *in-fraganti*, o de que un policía te considere sospechoso. Sin embargo, no hay becas ni premios ni subsidios para quienes lo practican, a menos, claro, de que "saniticen" su obra y la purifiquen con lo necesario para que ésta entre a un museo. Que tomen lo necesario del expresionismo, del *pop*, de esto, de aquello; desde luego, después de este proceso el graffiti será todo, menos *graffiti*: será otro producto del capitalismo, en el sentido más utilitario de la palabra. Quizá parezca *graffiti*, y quizá luzca más desarrollado que este, pero el *graffiti* antes que nada es una afirmación, una actitud, que el arte contemporáneo aceptado por la industria del arte y la cultura, difícilmente puede llegar a tener. Por muchos motivos, uno de ellos el hecho de que suceda en la esfera pública sin necesidad de estar enmarcada en una exhibición, ni un museo; vamos, como decía alguno: "La ciudad es el cuadro, nosotros sólo ponemos la firma." Me pregunto yo, ¿qué más arte conceptual que este? Y justamente Internet comparte muchas de las cualidades y características de la calle, detalle que hasta pudo notar el Vicepresidente de los E.A.U, Al Gore al llamarlo el *super-information highway*.

Pero aun con esta similitud, en Internet quizá no haya nada análogo al *graffiti*, si bien podríamos hablar de los *defacements* propios de los *script kiddies* en *websites*, o quizá de los foros de discusión en Usenet. Pero con todo esto, Internet es casi una zona geográfica, que dependiendo de lo que se visite, puede reensamblar zonas urbanas mega pobladas, suburbios, tierras rurales o comerciales, incluso disneylandias de apenas decenas de *megabytes*. Internet es un espejo de nuestra realidad. La basura no podía faltar. Lo curioso

es que por lo menos en el *World Wide Web*, desde la página de una corporación trasnacional hasta una pieza de 3D, o el *homepage* de un adolescente de Latinoamérica, tienen básicamente una misma construcción, que si bien difiere de otra en cuanto a la simplicidad de URL, como del diseño y contenido, se puede acceder mediante un *browser* universal. Es importante establecer esto porque entonces entramos en un terreno que ya habíamos mencionado antes, la muerte del arte, cosa que en Internet se hace más evidente desde el momento en que *cualquier cosa* puede ser digna de ser considerada arte, al ser un terreno donde la creatividad y el contenido son los principales elementos. ¿Por qué la muerte del arte? Porque ya no es un arte purista, bello e inmortal, sino un arte que no depende de museos ni críticos de arte, y que además de estar arraigado en una temporalidad específica, tiene una utilidad evidente y en muchos casos, puede ser trabajado hasta el final del tiempo: es una obra en proceso, con autoría individual o colectiva, y que además pocas veces usa al arte en sí, como su *raison d'etre*. No que no existan creaciones en Internet que aspiren a ser arte, sino lo que es mejor: si en el mundo de lo material, es decir, los países, ciudades, y sociedades en que habitamos físicamente es muy difícil distinguir al verdadero arte, pero donde por *default*, hemos terminado en llamar arte a eso que se exhibe en los museos o es creado en instituciones y escuelas de arte. En Internet es un poco más difícil llegar a dividir entre el mundo del arte del no-arte porque, para empezar, ni los museos ni las instituciones son nativas al medio (de hecho fueron invitados para preservar el arte, coleccionarlo y exponerlo; mientras que un *website* en Internet hace todas esas cosas a la vez sin necesidad de ser museo). Y por otro lado, aquello que en Internet se presenta como arte, tiende fácilmente a caber dentro de un arte primitivista, si uno no aprovecha las características del medio.

¿Con qué cara queremos mostrar un dibujo hecho a lápiz, como arte de internet? Y lo hacen, lo hacen. ¿Y qué tal si ese mismo dibujo se hace en Fireworks? Una buena analogía sería usar un rayo láser para matar mosquitos. El problema no es la técnica que se utiliza, el problema aquí ni siquiera es el mensaje, es la poca consideración que se le puede tener a un determinado espacio-tiempo, a una dimensión, a un tema: definitivamente no es un problema de técnica, es un problema de tejido y desarrollo de ideas, de contextualización, de conocer el lugar en el mapa en el que estamos y lo que se puede hacer con un medio determinado.

Llegar a Internet con la típica mentalidad de ver televisión es algo muy común, otra actitud similar puede ser la del adicto común a los videojuegos: alguien que reacciona, presiona botones y se mueve dentro de un mapa interactivo con comportamientos predeterminados y muy definidos. Aunque esta concepción sobre los jugadores de *videogames* tiende a cambiar con juegos cada vez más complejos, y con la participación de ellos en el diseño de mapas, situaciones, modificaciones e incluso cuando estos aprenden a programar sus propios títulos. Si lo pensamos por un momento, hasta ahora Internet nos permite muchas cosas, desde hacer televisión o radio por *webstreaming* hasta publicar nuestros *e-books* o *weblogs*, generar *hypermedia*, *net.art*, mundos virtuales en texto o 3D. Lo que queramos. Queda en nosotros utilizar el *net.radio* para hacer algo nuevo o auténtico, o repetir los patrones profesionalizados y comerciales de radio con los que hemos crecido. En cierta manera utilizar Internet para poner música de compañías disqueras es demostrar que sí, que nos colonizaron la mente, que solo podemos repetir patrones, que tenemos corrompido el *dna*. Sobre todo cuando podemos generar nuestra propia música con una PC y el *software* indicado. Aunque cierto, tampoco se trata de negar tradiciones musicales que no se generan en Internet, únicamente pongo esta clase de ejemplos para recordar que los únicos límites somos nosotros mismos, quienes generamos alguna “cosa” para Internet. Y que la mayor de las veces asumimos sonrientemente el papel de “usuarios”, sin ni siquiera preocuparnos por construir, crear; eso se lo dejamos a los demás. Y esto no es un

problema de técnica, ni de contenido, es un problema de comunicación: muchos no tienen nada que decir, se han convertido en engranajes del *establishment*. Y para darle un *twist* inesperado a esto, aun si alguien considera el medio y diseña una obra tomando en consideración todos los aspectos de éste, así como procesos de interacción y contexto, ¿hasta qué punto es un producto de la ingeniería y hasta cuál un producto del arte? ¿Y tiene algún sentido diferenciar uno de otro, sobre todo cuando Internet nos permite por vez primera introducir al arte en la sociedad sin necesidad de relegarlo a los estrechos límites del mundo del arte?

Dentro de este contexto hay varios trabajos que caben dentro del término “arte digital” y que sin embargo apuntan hacia la esfera de lo social, y no a la de la belleza, además de que sí llevan una utilidad que comúnmente escapa al mundo de las artes. Por ejemplo, el conocido ambiente virtual, *Habbo Hotel*, donde miles de usuarios se mueven por un espacio gráfico mientras conocen personas de cualquier parte del mundo, beben, cenan, y platican con ellas, pudiendo ver el lugar donde éstas se paran, además de leer un cierto lenguaje corporal. Con suerte pueden escuchar pláticas ajenas, incluso atacar a personas. Es un *mood* que va mucho más allá de los acostumbrados lenguajes textuales, e incluso más allá en el concepto del común denominador de los mundos de realidad virtual. *Habbo Hotel* es un espacio virtual y social, que por medio de la técnica y el *software* puede existir (si no materializarse) y cuyo contenido es mayormente colocado por los visitantes y es sumamente temporal y personal: es como la vida misma, una vez que se hace, se dice o se experimenta, desaparece y solamente sobrevive como un recuerdo. O qué decir del proyecto *Blogger*, de Evan Williams: un sistema de publicación de *home pages* donde no se necesita saber *html*, sino únicamente escribir y tener algo que decir. Finalmente el qué decir tampoco es tan importante. Cualquier persona puede registrarse en el servicio, entrar a la Interfaz de publicación, escribir el último pensamiento, describir el día de trabajo o lo que sea y la web será actualizada. Es como un portal de gente que mantiene diarios en línea: bitácoras como las que históricamente llevan los capitanes que navegan por los océa-

nos, pero en el caso de un *weblog* registra el recorrido por Internet. Además, cada que alguien entra a la página principal de Blogger, hay una lista con las diez últimas páginas actualizadas. Blogger tiene registrados a más de un millón de usuarios que utilizan el servicio para producir su *text-based reality show*, o para actualizar sus *websites* con mayor facilidad y sin necesidad de conocer lenguajes como html o xml. Esto también se conoce como la histeria del *weblog*. Porque millones de adolescentes, académicos y adultos la utilizan como una ventana al mundo, una forma de compartir sus experiencias, opiniones y pensamientos con quien tenga ganas de leerlos, sin más ni menos: pueden incluir imágenes, diseños, *webcams* o cualquier cosa, pero todo esto es sólo un plus. Lo importante es una suerte de renacimiento literario, donde a mi ver lo importante ni siquiera es la literatura, término que junto con el de arte ha sido tan gastado y abusado en últimos años debido a los bajos niveles de calidad que nos han llevado justamente las medidas de conservación y estandarización que utilizan instituciones puristas.

Si pensamos en que para los griegos la *tekhné* era una suerte de técnica similar al arte o a la artesanía, como un oficio y no como un golpe de inspiración, es decir, casi un método donde si alguien sigue pasos llegará a un resultado, y claro, sin que esto impida que pueda haber maestros de la técnica o quienes rompan con ella. Si pensamos esto, detalle que viene a remarcar las nuevas artes basadas en el artificio y la industria, como pueden ser la arquitectura, el cine, el teatro, la literatura para las editoriales o la misma dramaturgia, el arte electrónico, *media-art* y los proyectos específicos para Internet, entonces las artes se convierten en un proceso no menos humanizado del que se supone que son o el humano se vuelve menos natural de lo que se cree que es. Y esto de hecho no tiene tanto que ver con el medio, como con la técnica. ¿Hasta qué punto puede considerarse la artesanía un golpe de inspiración, en comparación con una técnica de manufactura sumamente aprendida?

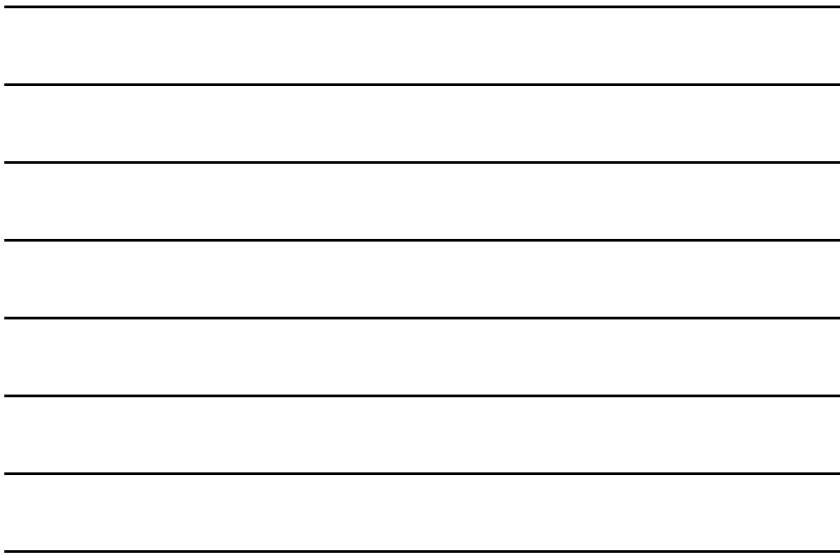
Recuerdo tan temprano como a los diez años, estudiando estructuras narrativas en cine, televisión, literatura y pensando en los trucos que se tienen que actuar para lograr tal o cual efecto. Estos trucos también se llaman lenguaje. Y éstos también son artificios. Y quien los domina, domina la técnica y puede confiar más en que su mensaje será recibido con mayores posibilidades de ser entendido. A menos, claro, que el artista produzca objetos como esas rubias guapas y tontas que realmente no tienen mucho qué decir, porque simplemente no pueden ni saben, pero que sin embargo en todo momento son presentadas por los *media* y *la sociedad*, como un objeto de consumo del mejor nivel posible. Ningún artista sería tan tonto para decir que no tiene nada que decir, entonces sí que estaría en problemas, mejor sobrevaluar discursos irrelevantes, que decir que no hay nada que decir. Y esto lo vemos en las mejores instituciones del mundo, conceptos forzados a piezas para que éstas cobren sentido; el resultado de la era industrial, la sobreinformación y la comercialización. Ya hasta una crisis existencialista de décimo grado, puede sabernos más insípida que una comida en McDonald's. Cuestión de gustos. Pero la chatarra sigue siendo chatarra, desde luego McDonald's no incluye en sus comerciales un asterisco ni letras minúsculas explicándolo.

Lo que me preocupa, en todo caso, es que si algún producto, sin importar lo malo que sea, lleva la etiqueta "arte", pase como arte, mientras quizá un videojuego con una narrativa, interactividad y diseño elaborados pasen como un producto comercial. Pero supongo que curadores *snoobs* siempre habrá. Otra cosa preocupante es que se busque validar al videojuego en el mundo del arte, como si el primero lo necesitara. Como si fuera necesario validar dentro del arte (espacio público), la ciudad, la arquitectura, la narrativa, el cine, para que tuvieran algún valor. Como si las películas no se mostraran en espacios comerciales llamados cinemas. Como si Disneylandia no fuera una realidad virtual, un mapa tangible, de espacios interactivos y experiencias simuladas en el sentido

más alto de la palabra *tekhné*. Como si el mundo del hipertexto o la novela pudieran exhibirse en una galería y el público fuera de repente a tener epifanías sólo por hojearlas o leer unas cuantas palabras. Como si estas no fueran hechas para espacios solitarios. Como si Internet necesitara galerías cuando puede ser visto en cualquier computadora con conexión en cualquier lugar del mundo. Como si pudiéramos continuar negando que el bedroom, desplazó casi completamente al *underground*, el *espacio virtual* al *público*. Como si nosotros necesitáramos seguir engañándonos buscando la validación de alguna institución o aquel medio de comunicación de masas, mientras negamos el poder de un website cualquiera. Como si estos tiempos tecnológicamente favorables para ciertas élites, no crearan una horda de desposeídos que deben trabajar jornadas eternas para construir el material a precios cada vez más baratos, como si esto implicara mejores sueldos y niveles de vida para estos trabajadores de maquila. Como si pudiéramos ignorar que la técnica es una parte esencial del medio, pero que sin contenido simplemente no existe nada. Como si pudiéramos pasar los próximos 100 años haciendo arte sobre *layouts*, *meta-medía*, y *técnica*.

Al final es lo más coherente con nuestro espacio-tiempo, con el contexto que nos toca vivir, y el medio en que creamos: a un cuaderno de papel le caben excelentes novelas, a una computadora podemos hacerla participativa en el peor y mejor sentido de la palabra (también podemos imitar a los clásicos del *net.art* y exportarlos a nuestros países pobres y después portarnos como unos maravillosos *rockstars*) todo, a una cinta de 60 minutos de mini dv no le tenemos que pedir que parezca film de 35 mm. Hay que tenerle respeto a los tiempos que vivimos, y por eso tenemos que crear algo que resulte relevante aquí y ahora, porque aspirar a la eternidad: hemos visto tantos de esos pretender. Sólo el ahora lo podrá justificar, y quizá en el futuro alguien pueda rememorar nostálgicamente sobre lo que sucedió una vez. Tenemos el ejemplo de lo que una vez fue el *rave*, los *happenings*, el arte del ruido, el

cinema expandido, el *net.art* clásico. Y tenemos sobre todo el presente, y en el mejor de los casos acceso a una computadora con conexión a Internet con la que podemos explorar el espacio exterior, interior y las profundidades del espacio virtual. Vamos, hasta el espacio físico por medio de una *webcam*. Ya lo escribía en 1969 Wylie Sypher en *Literature and technology: the alien vision*: "Cuando el arte es la explotación de un medio, el escritor pervierte la noción griega de *techne* y se convierte en víctima de lo que los marxistas llaman fetichismo de la imagen [...]". Y creo que eso lo dice todo...



Directorio
Centro Nacional de las Artes

Ricardo Calderón Figueroa | Director General
Cristina Barragán Gutiérrez | Directora General Adjunta
Magdalena Mas Fuentes | Directora de Desarrollo Académico
Irma Ortega Osnaya | Directora de Difusión y Desarrollo de Públicos
Adriana Casas Mandujano | Directora del Centro Multimedia

Primera edición
Ciudad de México,
Noviembre del 2018
100 ejemplares
Impresos en risografía

CULTURA
SECRETARIA DE CULTURA



ENART