

Del arte y la percepción en la era digital

Mateu CABOT*

Resumen

Examinamos en este ensayo algunas consecuencias de la idea de que la "digitalidad", el tratamiento digital de las imágenes, de cualquier tipo, abre una nueva época en el campo de la experiencia estética y que no se trata solamente de una ampliación cuantitativa del sistema anterior de producción y reproducción. Esto significaría que se transforma la creación, la recepción, el código y los conceptos del arte, e incluso se modifican esencialmente algunos de los modos de la percepción sensorial humana, que tienen que ver directamente con lo que conocemos como construcción de la realidad.

Summary

We examined in this essay some consequences of the idea that the "digitality", the digital treatment of the images of any type, opens a new time in the field of the aesthetic experience and that is not only a quantitative extension of the previous system of production and reproduction. This would mean that it becomes the creation, the reception, the code and the concepts of the art, and some of the ways of the human perception are even essentially modified, that they have to do directly with which we know like construction of the reality.

* *Universitat de les Illes Balears (UIB)*, correo: mcabot@uib.es

Palabras clave: digital, cultura visual, percepción,
Key words: digital, visual culture, perception,

1

En 1928 Paul Valéry escribía: “Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son desde hace veinte años lo que eran desde siempre”.¹ La causa se encuentra, así continuaba, en “el pasmoso crecimiento de nuestros medios, la flexibilidad y precisión que estos alcanzan, y las ideas y costumbres que introducen”, esto es: el incremento “del poder de actuar sobre las cosas”. Pronosticaba, además, que hay que esperar del futuro grandes transformaciones que lleguen incluso a, como decía él, “modificar prodigiosamente la idea misma de arte”. Si la sociedad moderna, en la que la técnica había invadido todos los ámbitos de la vida, incluso el privado, había modificado la materia, el espacio y el tiempo, para Valéry esto significaba que el arte había cambiado esencialmente, y que ahora la tarea consistía en comprender esos cambios.

Este fragmento de Paul Valéry, de apenas tres páginas y titulado “La conquista de la ubicuidad”, fue antepuesto a modo de lema por Walter Benjamin a su citadísimo ensayo “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (1936)², pues una de las operaciones que pretendía Benjamin, como explicita en el “Prólogo”, era adecuar las categorías estéticas a las transformaciones habidas en la infraestructura productiva, pues el aumento cuantitativo del poder de producción y técnico ha supuesto un cambio cualitativo que hace no sólo inservibles muchas de las viejas categorías para la situación moderna, sino incluso peligrosa su utilización. Algunos de los conceptos a transformar son citados explí-

¹ P. VALÉRY: “La conquista de la ubicuidad” (1928), en P. Valéry: Piezas sobre arte, Visor, Madrid 1999, p. 131.

² W. BENJAMIN: “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (1936), en W. Benjamin, Discursos Interrumpidos, Taurus, Madrid 1982.

citamente (creación, genialidad, perennidad, misterio), otros se suponen (percepción, recepción, unicidad de la obra...)

2

La tesis de Benjamin es que la entrada de la técnica en los procesos de producción y distribución supone uno de esos cambios cualitativos que modifican la estructura misma de la cosa producida y distribuida, en este caso el arte. Por tanto, la reproductibilidad técnica no es una repetición a mayor velocidad, menor coste, etc. de lo que en otro tiempo y lugar se hacía manualmente, sino algo «distinto». La reproductibilidad técnica, esto es, la entrada de los dispositivos técnicos como mecanismos habituales de la producción y difusión cultural, no es sólo una mera repetición del objeto (en este caso la obra de arte) por otros medios más poderosos, sino que implica una transformación del mismo objeto y, con ello, de las categorías o conceptos con los cuales se comprende.

El medio técnico que tiene en mente Benjamin es, sobretodo, el cine y, en segunda instancia, la radio y la fotografía. Del cine había dicho el italiano Ricciotto Canudo en el año 1912, que se trataba del séptimo arte, aquel que culminaba el sistema clásico de las artes, que era su síntesis, el arte del futuro, conciliación de los ritmos del espacio (las artes plásticas) y del tiempo (música y poesía)³. Del cine extrae fundamentalmente Benjamin el material para fundamentar su tesis del cambio de época en el arte.

En este medio se trabaja a partir de objetos naturales, incluido el hombre, con objetos que forman parte del entorno cotidiano del hombre, como «cosas», y que sólo en el aparato técnico sufren una reconfiguración respecto a como se había hecho cotidianamente hasta aquel momento. Pero en la época presente se genera-

³ R. CANUDO: *Manifeste des sept arts* (1923), Seguiet, Paris 1995.

liza la producción y distribución de imágenes que no son o no necesitan ser ya «imágenes de x» (siendo «x» un objeto o suceso situado espacio-temporalmente en el mundo de la vida cotidiana); imágenes cuyo referente no es ubicable con la categoría usual de «realidad»: las imágenes digitales. ¿Introduce esta diferencia una transformación cualitativa semejante a la referida por Benjamin que, como mínimo, vierta una sospecha sobre la utilización indiscriminada de las viejas categorías para referirnos a los nuevos medios? ¿Exigen los nuevos medios primero una puesta en suspenso, y después un análisis reconfigurador de las categorías, de todas ellas, que utilizamos habitualmente en la reflexión estética?, similar a como la noción de «copia» hubo de transformarse totalmente con el advenimiento de la reproductibilidad técnica.

3

Si el nuevo medio de producción y difusión de imágenes plantea cambios en las categorías con las que analizamos y evaluamos la experiencia estética, entonces nos situamos ante una tarea semejante a la que se planteó Benjamin. Él veía la necesidad de actualizar las categorías estéticas fundamentalmente por dos motivos: primero porque las viejas categorías o malinterpretaban los fenómenos a los cuales se aplicaban o, simplemente, eran inútiles totalmente para la tarea de su comprensión; y segundo porque su utilización era políticamente peligrosa pues servían directamente para la justificación de prácticas regresivas, tradicionalistas, en general: anti-modernas. En este segundo caso, para Benjamin y en su tiempo histórico el peligro tenía un nombre: fascismo; ahora al peligro podríamos llamarlo «banalidad» o «universalización de la mentira» o «depotenciación de la carga crítica de la razón». Por tanto: no se trataba ni entonces ni ahora de una cuestión de simple elección por gusto entre dos juegos de categorías (las tradicionales y las que tienen a la vista las nuevas realidades), ambas con similares posibilidades.

4

En el primer caso ajustar las categorías ya tradicionales a los nuevos medios de producción y reproducción podría: a) atisbar el mundo de lo por-venir (aunque no suele llegarse mucho más que a ver el presente de otro modo); b) reformular algunas cuestiones importantes para la estética, tales como b1) deshacer el ovillo de la simultánea presencia masiva del arte contemporáneo en la sociedad a la par que el alejamiento del público respecto del mismo; y b2) replantear la polémica sobre la comprensión o no del arte moderno por parte del público⁴ (4) en la línea de que no es que haya que educar al público, sino que el «sentido común» del público está preformado según las necesidades del arte de masas, basado mayoritariamente en los medios de comunicación de base electrónica; c) y, por último, en el interior de este contexto reformular algunas categorías cruciales, en última instancia la categoría de «lo real», que a su vez en el fondo se muestra dependiente de la de «presencia» (en contexto filosófico) o de la de «tangibilidad» (en contexto de sentido común).

4

Convergen además en este punto dos cuestiones diferentes aunque relacionadas: el alcance que puedan tener los nuevos medios digitales sobre el entero edificio de la categorización de la experiencia estética, fundamentalmente a través de una modificación de los esquemas perceptivos; y, más en general, el replanteamiento de la relación entre arte contemporáneo (o arte vanguardista, o arte a secas) y público, toda vez que éste último, en cuanto generalidad, manifiesta un alejamiento respecto del primero tanto mayor cuanto más importante es la penetración del llamado arte de masas, propenso por esencia a la utilización masiva de las últimas innovaciones técnicas, en este caso la digital. Esta convergencia se vuelve especialmente problemática en el presente pues se da en un mundo que se ha caracterizado como cultura vi-

⁴ Esta es la tesis de José ORTEGA Y GASSET en “La deshumanización del arte”, Espasa Calpe, Madrid 1987.

5

sual, esto es, un mundo en que las transformaciones en los sistemas de creación y transmisión de las imágenes, en el que la digitalidad adquiere un peso creciente, configura el sistema de referencia hegemónico.

5

Una de las investigaciones para plantear la cuestión de la influencia transformadora de los nuevos medios digitales sobre la categorización de la experiencia estética es a partir de las posibles repercusiones de la digitalidad en el ámbito de la percepción y, con ello, en la formación de las nociones de espacio y tiempo. Esta posible influencia consistiría (para que pueda detectarse y comprobarse) en la modificación del llamado sistema organizador que, a partir de los estímulos en bruto aportados por los órganos perceptores y mediante determinados patrones y esquemas (como los de construcción del movimiento o de la tridimensionalidad), nos provee de lo que llamamos percepción o, más directamente, del estado de cosas de nuestro medio ambiente entorno. La digitalidad y virtualidad introduciría de esta forma, en términos del paradigma Gestaltista de la percepción, cambios en esos esquemas que configuran la percepción, de la misma forma que en el momento de las vanguardias históricas de principios del siglo XX, por ejemplo, el Cubismo hizo con la construcción de la tridimensionalidad hasta aquel momento considerada como “natural”, esto es, con la llamada perspectiva (que no deja de ser una invención históricamente determinada de reducir tres dimensiones espaciales a dos).

En este caso, sin embargo, no se trataría de cambios que deben ser explicitados para ser introducidos en el sentido común, con el fin de mejorar la comprensión. En este caso la dirección de la influencia sería diferente: del «arte de masas» (predominantemente visual), que produce y difunde masivamente imágenes (visuales) generadas digitalmente y, de esta manera, con absoluta autonomía respecto a las normas (incluso leyes físicas) que rigen el mundo de vida cotidiano, creando con ello «nuevos mundos»

6

para cuya visualización es preciso modificar progresivamente los esquemas perceptivos habituales hasta el momento en la mayoría de la población.

Esta influencia desde el arte de masas al público es comprensible pues, por una parte, es parte esencial del arte de masas que para ser accesible a la totalidad del público aplique todas las estrategias transaccionales o de introducción de nuevos códigos visuales en conexión con otros ya conocidos y, por otra, que «ver» tiene poco, o poca parte, de biológico (sólo modificable en lapsos de cientos de miles de años) y mucho de cultural e histórico,⁵ esto es, social y culturalmente aprendido y transmitido, antes por la escuela y la familia, ahora mayoritariamente por los medios de comunicación de masas.

6

En la cultura visual lo importante no es la relación entre la imagen y la cosa representada, el objeto «real», sino la relación o intercambio que se establece entre la imagen y el espectador.⁶ (6). Ya en este cambio hay una depreciación de la realidad, tendencia que va incrementándose con el aumento del poder de creación de imágenes hasta llegar al punto en que «realidad» es casi sinónimo de la imagen, o dicho de otra forma, que la imagen reproducida o difundida es la realidad, y ésta no existe sin aquella.

Perdidos (o anulados) los referentes ontológicos para definir lo real, al final éste es definido (o sólo puede definirse) como lo que concebimos en cada caso como lo real, aquello que nos afecta

⁵ Con esto nos adherimos, en la primera parte, a la definición que de “arte de masas” construye Noël CARROLL (en *Una filosofía del arte de masas*, Visor, Madrid 2002, pp. 164ss), y nos separamos de él en la utilización de “ver literalmente x” para negar la posibilidad de la modificación de la percepción, pues esta fórmula nos parece esencialmente vacía (ibídem., p. 144).

⁶ Vid. N. MIRZOEFF: *Una introducción a la cultura visual*, Paidós, Barcelona 2003.

como si fuera real. En un mundo de cultura visual, en el que, al menos tendencialmente, “la vida moderna se desarrolla en la pantalla”,⁷ el punto de fuga hacia el que se va es que el contenido de las imágenes y el de la realidad coincidan.

La urgencia del análisis crítico de las nuevas categorías en que deben transformarse las antiguas es más que evidente cuando es igualmente posible y probable (al menos hacia allí parece apuntar la tendencia en la época digital) la creación de imágenes completas (uniendo visual, sonora, táctil,...) y además referenciadas al propio sistema de signos en que se producen, antes que a un referente «exterior» que se ha vuelto problemático e ilusorio.

⁷ Ibíd., p. 18.