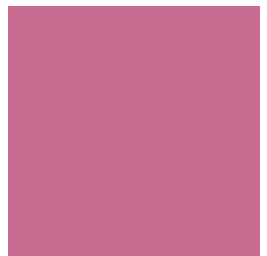
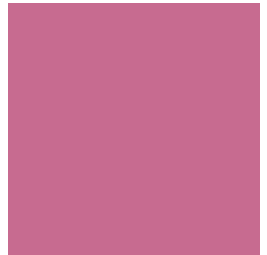


Juan Martín Prada

La creatividad de la multitud
conectada y el sentido del arte
en el contexto de la Web 2.0



La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0

Juan Martín Prada

El sistema “Web 2.0”

La mayor parte de las nuevas empresas que hoy operan en la red centran su actividad en la promoción de redes y comunidades de cooperantes y en la gestión del acceso a los datos y archivos aportados. Un modelo de negocio que tiende cada vez más no a vender producto alguno al consumidor, sino éste al producto, integrando al usuario y a sus archivos aportados dentro del propio servicio ofertado.

La lógica inclusiva de esta segunda época de la red, habitualmente denominada como la “web social”, “web participativa” o “Web 2.0” se basa en un principio elemental: cuantos más usuarios, mejor será una determinada plataforma o red social, es decir, que hay valor en el volumen, que lo cuantitativo deviene cualitativo en esta fase dos de la red. Y siendo lo cuantitativo uno de los elementos clave de la producción actual, se entiende que el empeño de las nuevas empresas de la “Web 2.0” sea generar en todos nosotros la necesidad de pertenencia y participación, de vincularnos a un grupo, a una comunidad digital, de colaborar y aportar cosas para compartirlas en las nuevas redes sociales (vídeos, fotografías, comentarios, etc.).

De esta manera se va canalizando como fuerza económica esa necesidad creada (o quizá deseo inherente) en la multitud conectada de formar parte de redes sociales, de compartir y hacer públicos sus intereses, de dialogar, de comunicarse, de expresarse públicamente, de sentirse útil, de cooperar. Es decir, que la explotación (si es que podemos entender que algo así hoy acontece en el campo de las redes) lo sería de la propia capacidad de los usuarios de producir sociabilidad y de su deseo de hacerlo. Ahora el usuario mismo (y no tanto sus necesidades) es el verdadero origen y destino del nuevo desarrollo tecnológico.

Pero hay que tener muy en cuenta que incluso los que no quieran colaborar en la conformación de esos gigantescos repositorios colectivos lo harán colateralmente por medio de su uso, incrementando involuntariamente el valor de esas aplicaciones al ser sus itinerarios de empleo ofrecidos como datos orientativos para otros usuarios (por ejemplo, en muchas webs se señala como información relevante para orientar a un usuario qué productos compraron otros después de adquirir un producto determinado, qué otras cosas les interesaron, etc.)

Que el eje central de la “Web 2.0” sea la producción y gestión de redes sociales nos demuestra que producción social y producción económica coinciden en ella. Las empresas tratan ahora de producir vida social, relaciones humanas, en una rentabilísima estrategia de indistinción entre lo económico, lo afectivo, lo político y lo cultural. El diseño de formas de relación humana se presenta como la base instrumental de este nuevo sistema de producción.

Por tanto, el patrón de funcionamiento de la “Web 2.0” se basa en cómo conseguir añadir al usuario a la información disponible. Por eso se ha dicho en tantas ocasiones que hoy todos estamos deviniendo componentes del software o “software biónico”, que las aplicaciones web “tienen a la gente dentro”. La comparación de la “Web 2.0” con aquel falso autómatas que jugaba al ajedrez gracias a una persona que se ocultaba en su interior construido en 1770 por Wolfgang von Kempelen se hace un símil recurrente.

Aunque el “input” de la nueva web son los propios usuarios, esto no quiere decir, sin embargo, que la posesión de esos enormes almacenes de imágenes, vídeos, etc. que su contribución colectiva genera sea abierta. Si bien en su mayoría son utilizables libremente, la propiedad, sin embargo, es de la propia empresa que la gestiona así como la potestad de qué hacer con ella en el futuro. Algo que no deja de suscitar intensas inquietudes, barruntándose un desarrollo intenso de ese emergente movimiento que iría paralelo al del “free software”: el movimiento “free data”.

Obviamente, con el proceso de involucramiento e inclusión de los individuos en los sistemas de producción económica y de subjetividad que son propios de la web las nuevas formas del poder tienden a organizar la totalidad de la vida, procurando siempre que la acción de su ejercicio sea integral. En la nueva red participativa, el poder se funde con la vida, se hace abstracto, no se ejerce ya sobre los individuos, sino que más bien éste circula por

ellos (todos de forma más o menos consciente lo hacemos circular) con lo que parece lógico que los dispositivos del ejercicio de poder más eficaces estén basados en lógicas participativas, en festivos flujos de actividad social.

Frente a los intentos de homogeneización, de tratar a todos de igual forma, la lógica económica de la “Web 2.0” se fundamenta en diferenciar y singularizar todo procedimiento o permitir que cada cual lo singularice a su manera. Lo que se pretende es conseguir que no haya nada ante lo que podamos situarnos en contra, haciendo sobreabundante la oferta de la libre elección, de la libre decisión. Se trata de la proliferación de constantes juegos estratégicos de libertades e iniciativas personales. El sistema busca corresponder a la multiplicidad de singularidades que conforma la multitud conectada someténdola a través de su conversión involuntaria en transmisora de las nuevas formas del poder económico. No obstante, en esta fase segunda de la web, quizá deberíamos hablar no tanto de poder sino de relaciones de poder, pues el dominio no es aquí una relación unilateral, sino que opera a través de juegos de poder móviles, inestables, basados en difusas estrategias de circulación y transmisión de libertades e iniciativas particulares.

La socialización de la creatividad visual y el auge de lo “amateur”

Si echamos la vista atrás, a los primeros momentos de la red Internet, los contenidos que en ella se ofrecían eran generados por proveedores profesionales que incorporaban informaciones diversas en sus websites, mientras que los usuarios eran fundamentalmente consumidores de esa información. En la “web 2.0”, por el contrario, muchas plataformas de servicios como *Myspace*, *Youtube* o *Flickr*, por ejemplo, permiten a sus usuarios participar en comunidad colaborando y compartiendo archivos, fotografías, vídeos, etc. incluso transformándolos y reeditándolos (es el caso de *Jumpcut*, por ejemplo) de forma que los usuarios no son ya sólo consumidores de información sino también proveedores, ellos mismos, de contenidos. Con lo que idealmente la “Web 2.0” sería esa web “para” el usuario a la vez que generada “por” los propios usuarios, bajo la consigna de que cualquiera de sus servicios mejoran cuanto más gente los use. Tanto los grandes blogs para subir fotografías y vídeos como el desarrollo inmenso de las plataformas “do it yourself” que proliferan en la red se han convertido en catalizadores esenciales de este proceso.

Y que toda persona pueda ser productora y distribuidora de materiales visuales y audiovisuales de todo tipo ha desencadenado todo un imparable e intenso proceso de socialización de las prácticas creativas. Las creaciones “amateur” estadísticamente forman ya una parte muy importante de los contenidos disponibles *on line*. Proceso que se enfrenta claramente al profesionalismo que caracterizó al siglo XX en todas sus facetas. Un presente el de hoy en el que aquella concepción del individuo como lugar exclusivo del “talento artístico” y la correlativa supresión de éste en la “gran masa” ha dejado de tener sentido alguno, formando parte de un pasado cada vez más superado, tras la extrema atenuación de toda división del trabajo (y en la que Marx veía, precisamente, la causa principal de aquella supresión).

Indudablemente, muchas esperanzas han estado siempre centradas en la conversión de los consumidores en productores de medios. Para el Guy Debord de las *Tesis sobre la revolución cultural*, por ejemplo, no cabía posibilidad para la libertad en el empleo del tiempo sin la posesión de los instrumentos modernos de construcción de la vida cotidiana, y sólo a través de su uso, afirmaba, se podría pasar “de un arte revolucionario utópico a un arte revolucionario experimental”¹. Por otra parte, la conversión de la multitud en agente autónomo de producción propuesta por Hardt y Negri también se encauzaría tratando de lograr su libre acceso y control de los medios primarios de producción biopolítica y, por tanto, de producción de subjetividades, es decir, el conocimiento, la información, la comunicación, los afectos, lo que, en definitiva, constituye los principales elementos del tejido de la producción hoy en día.

Asimismo, habría que tener muy en cuenta que sólo una parte (cada vez menor) de las innovaciones estéticas tienen lugar ya en el entorno de relaciones profesionales e industriales. Pues muchas de esas innovaciones acontecen en la “fábrica social” que conforman los usuarios, es decir, después de la producción industrial. Se ha hablado, por ello, de un emergente proceso de “democratización de la innovación”², o de una “innovación abierta”³, relacionada con la fórmula “customer-made” y que implica la activa cooperación entre empresas y usuarios en la producción de mercancías y servicios. Lo que está aconteciendo es, así, la conversión de los consumidores en productores de determinados productos, haciendo coincidir a consumidores y productores, esto es, generando “prosumidores”.

Ciertamente, la contradicción entre productores y consumidores no es inherente a los actuales medios digitales. Y donde esta contradicción carece ya de sentido alguno es, más

incluso que en el campo creativo, en el informativo. Bastaría referirnos al fenómeno “blog”, el ejemplo, desde luego, más claro de la emergencia de una masiva producción “amateur” de información y opinión. Ya prácticamente ninguno de los grandes medios de información excluyen alguna sección de “blogs” o incluso de lo que algunos han denominado “periodismo ciudadano” o “periodismo participativo” proliferando espacios como *Wikinews*⁴, donde las informaciones y artículos son escritos por los propios lectores, y donde ellos pueden decir qué noticias quieren que sean cubiertas.

Sin embargo, son muchos los que ven en esta hegemonía cada vez mayor de lo “amateur” un peligro, considerando el modelo cultural y estético de la “Web 2.0” como el de una olocracia, es decir, como un gobierno de la muchedumbre, como una de las formas específicas de degeneración de la democracia⁵. Posicionamientos en los que subyacería aquella sospecha acerca de que la gente, pese a tener a su disposición todos los medios, no tenga nada que decir, o, lo que es peor, que sea “incapaz de hacer el necesario uso social de ellos”⁶.

Pero frente a estas consideraciones, sólo parece sensato ver el campo de la participación abierto por la evolución de las redes como un horizonte cargado de posibilidades para hacer realidad la consecución de muchos de los objetivos sociales y políticos que tanto Debord como Enzensberger, entre otros muchos, plantearon hace décadas. Es más, podemos afirmar que, posiblemente, la web haya llegado hoy a una primera fase de un auténtico cumplimiento de sus posibilidades comunicativas y sociales, a vislumbrar un primer atisbo de lo que podría llegar a ser algún día la constatación de aquella consigna de Dan Gillmor que identificaba al “nosotros” con “los medios” (“*We, the media*”)⁷.

A nivel político, el nuevo paradigma colaborativo de la fase segunda de la web que protagoniza esa multitud conectada que se expresa y comparte sus creaciones en las redes es uno de los más claros pasos hacia la existencia efectiva de un modelo social que considera a la democracia de la multitud (siguiendo muchas de las propuestas de Occam, Marsilio de Padua o Spinoza, entre otros) como la forma absoluta de la política. Aceptando este posicionamiento, la multitud conectada, infinita multiplicidad de singularidades activas, podría ser considerada, en sus potenciales más emancipatorios y creativos, como el origen de una política no “sobre” la vida sino “de” la vida, es decir, una clara muestra de la introducción de “la potencia de la vida”⁸ en la política.

Multitud conectada que no es, en ningún caso, amenaza alguna para el individualismo, pues su conformación no supone homogeneización. Es una multitud que nada tiene que ver con aquel concepto de “masa” con el que operó una parte importante del pensamiento político en épocas pasadas. Por el contrario, debemos considerar a su presencia como la posibilidad de resistencia más eficaz y prometedora ante los intentos de unificación indiferenciadora, de destrucción de la singularidad individual que siempre han pretendido los medios tradicionales de comunicación de masas.

Resulta inevitable, no obstante, reconocer que la producción creativa “amateur” está plagada de repetición e imitación, que las muestras de singularidad en ella son siempre estadísticamente ínfimas en relación al número de los intervinientes. Pero tras la repetición y lo carente de interés debemos ser capaces también de ver la vitalidad que subyace en esa explosión de creación libre y compartición pública así como a imaginar con esperanza blochiana lo que ella promete. Pues no parece en nada estéril esa intensificación del ejercicio creativo por parte de todo el mundo, de la independencia de sus producciones de cualquier contexto profesional de receptores y de toda forma de interés retributivo que no sea el que corresponde a su puesta en circulación pública de forma gratuita.

Así, se ha abierto en la red todo un nuevo campo de oportunidades “sociales” que surgen de los potenciales creativos y comunicativos que toman cuerpo en la infinidad de redes sociales y cooperativas que constituyen la “web 2.0”. Esta progresiva indiferenciación entre emisores y receptores de información supone, ante todo, que tanto la producción de representación como la ordenación y organización de los contenidos no es un monopolio ya de los sectores profesionalizados.

En todo caso, es posible que, antropológicamente hablando, lo más relevante de todo esto en relación a lo visual sea que la mayor parte de esas imágenes y vídeos que vemos en los “fotoblogs” y “videoblogs” no son posibilidades de mundos, ni variaciones de éste, ni extensiones, sino imágenes del que habitamos ahora, imágenes de nuestra vida en el mundo, vida que en sí misma busca intensificarse a través de permanentes autorrepresentaciones y registros visuales de su acontecer y goce. Millones de fotografías y vídeos de todo tipo de cosas y momentos escapan de la antigua privacidad de álbumes privados para encontrarse con millones de personas con los que generar comunidad de asistentes a una representación que es, en el fondo, también la de sí mismos.

Cada fotografía, cada vídeo que se “sube” a la web, es una pequeña muestra de la vida de sus propios autores que, al compartirla, trata de contagiar a otros su entusiasmo, quizá pretendiendo, más que comunicar públicamente experiencia alguna, conseguir efectuar una cierta “comunidad” con otros muchos en la vivencia que se comparte a través de ese archivo. Pues toda expresión de vida, especialmente toda imagen del disfrute, buscará siempre la conformación de la figura colectiva de su experiencia, y es ahora el momento en el que esto se hace absolutamente posible.

Por otra parte, muchos detractores de la “web.2.0” ven también en ese interés por las imágenes, vídeos, experiencias narradas, opiniones o vida privada de los otros lo mismo que ya sucedía con el fenómeno “Gran hermano” televisivo. Una cierta pasión por aquello que no vale la pena que sea leído, visto o escuchado y que estaría llevando a la red a llenarse del registro de los acontecimientos más irrelevantes, en una lógica aplastante del “you are the information”.

Desde luego, lo que sí que está teniendo lugar es un abandono voluntario de la privacidad en todos los órdenes, quizá por que cada vez somos menos capaces de entenderla y valorarla, al ser cada vez más inexistente en nuestras vidas. Hoy la multitud de usuarios de las grandes plataformas web participativas colocan sus vídeos y fotografías de los acontecimientos más personales haciéndolas públicas, sin encontrar ningún inconveniente, sino más bien un seguro disfrute, en esa acción de permitir el acceso a las imágenes de su vida privada a cualquiera que se las encuentre o las busque. Algo que quizá podríamos explicarnos como un cierto efecto de una nueva fase de un proceso de exteriorización: si McLuhan ya señaló en los años 60 que el hombre estaba empezando a llevar su cerebro fuera de su cráneo y sus nervios fuera de su piel⁹ y a lo que siguió la ingente exteriorización de la memoria a través del desarrollo de los sistemas personales de almacenamiento digital, hoy esa exteriorización da un nuevo paso, al emplear el usuario como almacén sistemas de memoria que ni siquiera posee, es decir, las memorias colectivas de las grandes plataformas de la “Web 2.0” que se convierten en gigantescos archivos que echan abajo ya cualquier relación de necesidad o dependencia entre la intimidad y el espacio privado o de acceso restringido.

El arte como libertad liberada

En este nuevo contexto, la actitud crítica más efectiva parece que sólo puede ser pensada

en términos de creación de algo nuevo, como producción de imaginarios alternativos. Propuesta cuyo antecedente más nítido lo encontraríamos, sin duda, en Foucault, para quien la resistencia política, conceptualizada sólo en términos de negación, representaría sólo una forma mínimamente efectiva. Él entendía la resistencia política como la creación de nuevas formas de vida, de una nueva cultura, y en donde las minorías deberían afirmarse “no sólo en tanto que identidad, sino en tanto que fuerza creadora”¹⁰. En gran medida, las influyentes propuestas de Hardt y Negri han seguido esas mismas pautas marcadas por Foucault. También ellos plantean el desarrollo de una base ontológica alternativa, centrada y soportada por las prácticas creativas y productivas de la multitud, pues su poder constituyente sería el producto de su imaginación creativa, configuradora de su propia constitución¹¹.

Desde luego, es indudable que el desarrollo de las posibilidades participativas de la web actual ha permitido la construcción de nuevos circuitos de valor y de significación cargados de gran autonomía creadora y de una notable capacidad subversiva. Los potenciales creativos de la diversidad de la multitud conectada guardan un inmenso potencial que empieza ya a activarse. Y ello aunque formen casi todos los ofrecimientos a la participación de la “Web 2.0” de un estudiado sistema de gestión económica. Pues resulta incomparablemente mayor en la nueva fase de la web lo que surge de esa inmensa fuerza de creación y compartición colectiva que lo que queda neutralizado por el parasitismo empresarial en ella. Se muestran mucho más poderosas las posibilidades de producción de diferencia y singularidad que en las redes pudieran llegar a darse que lo que puedan conllevar las pautas de repetición e imitación de modelos comerciales y profesionales estereotipados y que, sin embargo, estadísticamente, conforman hoy la mayor parte de los contenidos disponibles en ellas.

Y es obvio que el hecho de que mucha de la producción visual que se disfruta y comparte en las redes no sea realizada por profesionales de los campos de la imagen supone un nuevo reto de inigualable importancia al campo de la creación “no amateur”. Podríamos decir que hoy se vislumbra un modelo cultural similar al que Rousseau parecía proponer en su *Carta a d’Alembert* (1758) cuando animaba a que la fiesta pública reemplazase a las representaciones teatrales: “Plantad en medio de una plaza un poste coronado de flores, reunid ahí al pueblo, y tendréis una fiesta. Haced todavía algo mejor: dad como espectáculo a los espectadores; convertidlos a ellos mismos en actores”¹².

Reconocer la actualidad hoy de aquella propuesta de Rousseau no quiere decir que el papel de lo que podríamos entender como prácticas artísticas “de alto interés” se haya disuelto en el flujo infinito de imágenes y producciones visuales no pretendidamente artísticas o puramente “amateur”. Lo que sucede es que las diferencias posibles, cada vez más difusas, entre “arte” y “no arte” en el campo de las redes parecen sólo matizables ya en términos de la intensidad con la que cada creación revela y expande los aspectos y potenciales esenciales del vivir y de la conciencia crítica posibles en esa multitud conectada.

El pensamiento artístico más efectivo no se limitaría meramente a formar parte de la expresión de la vitalidad de la multitud productora, sino a generar las más intensas evocaciones de la infinita riqueza y diversidad que conforman la multitud conectada a la vez que a evidenciar la multitud que subyace en cada sujeto singular que la compone. En este sentido, si la multitud “on line” está conformada por infinitos sujetos que como los átomos se mueven y encuentran según clinámenes siempre intempestivos y excepcionales, puede que sea una misión esencial de las prácticas artísticas el mostrar los potenciales emancipatorios que, aún dormidos, subyacen en la excepcionalidad y singularidad de esos clinámenes.

Lo que podríamos denominar como “arte” en el contexto de la “Web 2.0” es, en definitiva, lo que más nos haría creer en los potenciales de la multitud conectada, en sus posibilidades para la producción libre de pensamiento crítico y de vida nuevas. Por todo ello, la práctica artística, esa óptima forma de resistencia en el contexto de las nuevas redes, sería una anticipación extrema del poder constituyente de la multitud. Es decir, el mundo que la multitud puede construir se anticipa en el que conforman las mejores propuestas artísticas, manifiestos siempre de la exigencia del pensar interpretativo, de la comunicación crítica y significativa. A través de las obras de mayor interés siempre se operaría, cuando menos, un conato de reconfiguración poética de las interacciones sociales de la colectividad conectada.

Por todo ello, uno de los aspectos esenciales en la valoración del interés mayor o menor de las producciones creativas en la red actual sería el grado de intensidad con el que las creaciones expresan y anticipan una forma de “libertad liberada” frente a la libertad como mera estrategia de actuación empresarial y que, no nos engañemos, es a la que se somete la mayor parte de la producción creativa “amateur”.

De esta forma, el éxito de una determinada propuesta artística en el contexto “Web 2.0”

dependería, pues, de su capacidad para evocar, en el interior de la singularidad de esa producción concreta que es la propia obra, no sólo lo abstracto de la vida de un espacio global sino, sobre todo, las tensiones de renovación y transformación, de crítica, de goce, de más libertad y de más singularidad que son inherentes a la multitud “on line”.

Con lo que en ningún caso podemos pensar en la idea del arte en las redes como elemento trascendente a la vida sino, al contrario, como elemento que es capaz de internarse en ella, de afirmar la existencia y el poder de la diferencia, de la diversidad, de la excepcionalidad de cada uno de los infinitos elementos que conforman la infinidad de vidas conectadas, al tiempo que como aquello que evidencia lo común que subyace a todo ese mundo de singularidades: una necesidad de vivir más plenamente, de más expresión compartida y solidaria, de una vida conciliada con la de los otros no por la vía de la homogeneización sino por la del disfrute de las diferencias. Llegar a la evidencia de ese “común” a través precisamente de la celebración y consignación de las infinitas singularidades es, de alguna manera, avanzar en una forma de resistencia que anticipa lo que se enuncia en la consigna “Otro mundo es posible” y que, como decía Negri, implica “un éxodo que va hacia nosotros mismos”¹³.

Y dado que en esta fase segunda de la web las interrelaciones vitales son plenamente productivas económicamente, se muestra como necesaria la puesta en marcha de una nueva teoría del valor, pues la nueva economía informacional, de producción de redes sociales, se centra en un trabajo cada vez más inmaterial, basado casi siempre en la producción afectiva, en la manipulación y gestión de afectos y socialidad. Con lo que sería posible afirmar que la naturaleza de los mecanismos de producción de subjetividad colectiva son ya hoy intrínsecamente afectivos. Es por ello que en la aprehensión emotiva de las relaciones sociales se le presuponga a las nuevas industrias culturales y del entretenimiento tanto su mayor capacidad transformadora de lo social como su más importante potencial lucrativo. De ahí que, en gran medida, los proyectos artísticos que exploran el mundo de las redes sociales, los lugares y las formas en las que se producen los encuentros, diálogos e intercambios en internet sean, en el fondo, aproximaciones a los problemas surgidos en torno a la naturaleza afectiva de la producción biopolítica.

Apenas parece posible cuestionar que en el contexto de la sociedad conectada la posibilidad para una resistencia política eficaz debe ser planteada en la apropiación y reconocimiento del potencial emancipatorio de los principios que forman parte esencial de la dinámica

productiva biopolítica como el afecto, la cooperación o la amistad. Conseguir rescatarlos de su domesticación empresarial es misión de la nueva resistencia, que debe hacer patente el potencial que contienen para la producción de nueva comunidad, para la generación de una activa puesta en marcha del principio de lo común. Y puede que la creación artística (no olvidemos que tradicionalmente la experiencia estética ha sido considerada como afectividad pura) sea uno de los mejores medios para perpetrar este rescate.

Las prácticas artísticas en la reconfiguración de las interacciones comunicativas

De especial valor parece la creatividad orientada a la producción de dispositivos cooperativos de activación y desarrollo de comunidades, de medios para una comunicación libre del parasitismo de las empresas que dominan hoy la web. De hecho, muchos de los proyectos más interesantes que podemos identificar dentro del amplio grupo de las prácticas artísticas “on line” están centrados en la promoción del dominio público mismo, en cómo hacer posible nuevas formas de provisión voluntaria de mercancías públicas que sean comunicativa y experiencialmente significativas.

A este respecto, la identificación de la obra artística como “software social”, tan propia de lo que podríamos entender con el término “net.art 2.0” incidiría precisamente en la idea de que la práctica artística más comprometida tendría como una de sus prioridades orientarse a la reconfiguración de las formas en las que se dan las interacciones personales y sociales en la actual red Internet. Por supuesto, muchos de los principios de lo que se vino a denominar de forma más o menos inadecuada como “Estética relacional” encuentran, de hecho, en el ámbito de las nuevas redes, uno de sus mejores campos posibles de desarrollo en el futuro.

Y si la creación artística tradicionalmente se ha definido, entre muchas de sus posibles acepciones, como experimentación crítica en el lenguaje o invención de lenguajes nuevos, puede que también en este sentido sean muchas sus capacidades (no evidenciadas aún) para la reconfiguración de las interacciones comunicativas que el nuevo activismo político digital reclama. Eso sí, siempre que partamos del convencimiento de que es posible solucionar muchos de los problemas sociales y políticos de las nuevas sociedades a través del desarrollo de una comunicación pública diferente.

Es razonable pensar que en los potenciales para generar interpretación que son propios

de las mejores prácticas artísticas radique una valiosísima capacidad para disminuir los efectos de la colonización de la comunicación por parte de los intereses económicos. Puede que el pensamiento crítico propio de aquéllas pueda ayudarnos enormemente para entender mejor qué podemos considerar como verdaderamente social respecto a unas nuevas tecnologías y aplicaciones que, como ocurre en el contexto de la “web 2.0”, se nos presentan siempre como medios netamente sociales.

Se hace evidente, en las más interesantes propuestas de los nuevos comportamientos artísticos “on line”, su potencial para hacer que parte de la información y datos que circulan por las redes puedan ser no sólo consumidos, sino debidamente situados en relación a sus elementos existenciales. Es decir, uno de los compromisos de la mejor creación artística en el contexto de la “Web 2.0” sería el diseñar nuevas vías para llevar el modelo de la experiencia interpretativa propia de las prácticas artísticas al campo de la interacción social y comunicativa.

Parece así conveniente que pensemos intensamente en las posibilidades de las prácticas artísticas de cara a una recomposición ecológica de la comunicación¹⁴. Lo que no sería sino un nuevo intento de superar el encarcelamiento en el proceso de la comunicación continua pero banal propia de los medios de masas, y también, por otra parte, de una redefinición de aquella negativa a la comunicación que Theodor Adorno considerara como medida de verdad de las obras de arte en un sistema cultural donde la comunicación está organizada por medio de la manipulación para producir un efecto, donde aquélla sólo tendría una existencia enajenada¹⁵.

Es por todo ello lógico que hoy ya no sean pocas las propuestas artísticas centradas en las formas de funcionamiento de las nuevas redes sociales digitales. Su reto principal: tematizar cómo se lleva a cabo la apropiación económica de la libre comunicación y de los deseos de cooperación, el truncamiento del ideal de la interactividad (que sólo podríamos figurarnos adecuadamente como un darse lingüístico al otro, como un intercambiar lo que no se tiene, es decir, lo que uno es). La tarea esperable de la creación artística sería, por tanto, la construcción, en las dinámicas transfronterizas de presencias humanas en los entornos de redes, de flujos de valor y sentido independientes de las lógicas de los mercados y de los intereses corporativos.

Y es más que probable que en los valores interpretativos de las nuevas prácticas artísticas

“on line” radique una importante posibilidad de oponerse a que desaparezca la conciencia de lo real como espacio de oposiciones y fricciones, conciencia cada vez más imposibilitada al velarse todo en una continuidad telemática que, enunciada mediante principios y promesas siempre vinculadas a la comunicación, a la participación, a la expresión y, en definitiva, a la emancipación, impiden la percepción ya de contradicción alguna. Esta pretensión explicaría que una finalidad exigible hoy a las prácticas artísticas sea, precisamente, el de revelar qué intereses albergan esos elementos empresariales mediadores, cómo consiguen regular las interacciones comunicativas en las redes además de meramente hacerlas posibles.

Por otra parte, que en las más recientes propuestas artísticas en las redes veamos tanta ironía y, por supuesto, mucha más crítica que optimismo, se explica por el simple hecho de que la “Web 2.0” corporativamente se nos ha presentado como un campo idílico de felicidad, de amistad, de compartición, de comunicación incrementada hasta el infinito. Definida la evolución de las redes hoy mediante esos principios se quiere presuponer en todo momento en ellas una neutralidad ideológica a cuya aceptación las actuaciones artísticas más críticas van a oponerse una y otra vez. Haciendo coincidir sus tematizaciones con formas específicas de funcionamiento de la propia “Web 2.0” su exigencia de interpretación es, en última instancia, el requerimiento de una reflexión interpretativa, crítica y política de las formas en las que la red opera así como de los mecanismos de mediación y control de la socialización que ella predispone. ■

.....

Notas

- ¹ DEBORD, G., “Tesis sobre la revolución cultural”, en *Textos situacionistas sobre arte y urbanismo*, La Piqueta, Madrid, 1977, p. 122.
- ² Véase VON HIPPEL, E., *Democratizing Innovation*, MIT Press, 2005.
- ³ Véase WILLIAM CHESBROUGH, H., *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business School Press, 2003.
- ⁴ <<http://wikinews.org/>>
- ⁵ Véase, en relación a estos aspectos, el libro de Andrew Keen *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*, Doubleday/Currency, Nueva York, 2007.
- ⁶ ENZENSBERGER, H. M. “Constituents of a Theory of the Media”, en THORNTON CALDWELL, J., *Theories of the New Media*, The Athlone Press, Londres, 2000. p. 68.
- ⁷ Véase GILLMOR, D., *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly Media, 2004.
- ⁸ Como afirma Roberto Esposito “si, como Deleuze cree, la filosofía es la práctica de creación de conceptos adecuados al acontecimiento que nos toca y nos transforma, éste es el momento de repensar la relación entre política y vida en una forma que, en vez de someter la vida a la dirección de la política (lo que manifiestamente ocurrió en el curso del último siglo), introduzca en la política la potencia de la vida”. ESPOSITO, R., *Biopolítica y filosofía*, Grama ediciones, Buenos Aires, 2006, p. 17.
- ⁹ MCLUHAN, M., *Understanding Media*, McGraw-Hill, New York, 1964.
- ¹⁰ FOUCAULT, M., *Dits et Écrits*, IV, Gallimard, Paris, 1994, p. 741.
- ¹¹ HARDT, M., - NEGRI, A., *Imperio*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 2002, p. 43.
- ¹² ROUSSEAU, J.J., *Carta a d'Alembert*, Editorial Tecnos, Madrid, 1994.
- ¹³ NEGRI, A., “El arte y la cultura en la época del Imperio y en el tiempo de las multitudes”, *Caosmosis*. [en línea], Dirección URL: <<http://caosmosis.acracia.net/?p=660>> [Consulta: 9 de diciembre de 2007].
- ¹⁴ Véase, en relación a esta idea de una recomposición ecológica de la comunicación la entrevista de *Futur Antérieur* a Félix Guattari titulada “Hacia una autopoética de la comunicación”, [en línea]. Dirección URL: <<http://biblioweb.sindominio.net/telematica/guattari.html>>. [Consulta: 20 de julio de 2007].
- ¹⁵ Véase ADORNO, Th. W. *Teoría Estética*, Taurus, Madrid, 1992.