

En torno al media art: incertidumbres frente a un medio

≡ Max Hernández Calvo

Es un día cualquiera, de esos en que uno trabaja y se cansa y se aburre. Llego a casa en busca de descanso y, como muchos, lo encuentro mágicamente con sólo pulsar un botón. Descanso, tranquilidad, sosiego son, para mí, sinónimos de *zapping*. Yo dejé la pintura por el video porque prefiero ver televisión a sentarme en un taller frente a un lienzo en blanco. El video encarna la realidad para mí. Si estudié pintura fue porque no había otra programación. Desde la *pintura-pictórica*, como le decían enigmáticamente en la escuela, todo parecía artificioso; por ello adopté el video, porque su simulacro es real. Y ésta es la historia de cómo me volví un *media artist*.

Ahora bien, estamos reunidos para discutir el arte multimedia, para preguntarnos por la situación del arte mediático e inquirir en las cualidades del *media art*. Sin embargo, una rápida mirada al diccionario hará patente que, por necesidad, todo el arte es mediático, que la multimedia es tan vieja como la escritura (un pictograma se abre a la multimedia que condensa), y que el *media art* referido a los medios de comunicación bordea la tautología. Cabría añadir que los medios no son *copyright* artístico, son más bien “de dominio público”.

Pero, para ser precisos, estamos hablando de los *media* que caracterizan a la “era electronal”, como ha sido



llamada. Aquí la TV, el internet, el video, el cine, la radio, todo el amplio espectro de las telecomunicaciones, dibujan los contornos de la “globalización”, sobre todo entre nosotros, que nos articulamos simbólicamente más que materialmente a sus aspectos particulares.

Como televidente fluctúo entre las imágenes sintéticas de *Starship Troopers* y *Pequeños Planetas*, ambas series sobre intercambios interplanetarios, bélicos y lúdicos respectivamente. También consumo las imágenes *reales* de alguna telenovela mexicana como el *teen drama* “Súbete a mi moto” o de producciones locales como “Vladi & Jackie”, extraño híbrido que conjuga drama legal (tipo *Law and Order*) y cine mudo. El paso obligado es *Shock TV*, una alternativa legal y *softcore al snuff*, que actualmente tiene su fiera competencia en los reportajes noticiosos matutinos sobre pedofilia en internet, violaciones a escolares, asesinatos y suicidios diversos, cadáveres mandados por encomienda, atropellos y abandonos de las víctimas a su suerte, etc.

Los medios de comunicación globalizan la sensación de vulnerabilidad; nos ofrecen, casi democráticamente, un terror inminente como lo hicieron las imágenes telecomunicadas del ataque al World Trade Centre y como

max
hernández:
my own
private
conlumbine



Lo harán las imágenes de una posible guerra a Irak, de seguro también a ser televisada como lo fue la Guerra del Golfo en los 90's. Ver, bajo la coartada informativa, las escenas de una niña con ligeros sometida por una pareja de pederastas, ver por internet los World Trade Centre *jumpers* cayendo al vacío, ver por televisión un océano de cadáveres en medio del infierno de Mesa Redonda flotando sin rumbo entre los escombros y los socorristas, ver las escenas más brutales todos los días, desayuno, almuerzo y comida. El horror omnipresente, telepresente. Esta cotidianidad contemporánea pone en cuestión los sentidos y los alcances de la comunicación artística desdibujando su capacidad de impacto, pues la imagen mediática ha venido a ser la *realidad*. Los *media* instauran una de las experiencias más accesibles y compartidas globalmente que, en cierto modo, define el mundo para nosotros. En cambio, el arte parece tan solo un discurso asépticamente entrecomillado.

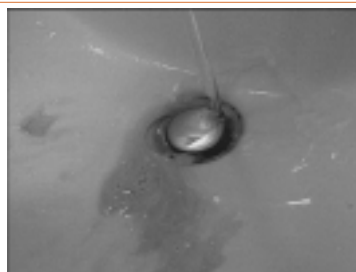
No obstante, si algo resulta clave para el arte contemporáneo es que cualquier cosa puede ser arte. El arte se ha liberado de las exigencias de los medios artísticos (dibujo, pintura, escultura, fotografía, etc.) como su fin último. Esto implica que no se hace necesario codificar las comunicaciones artísticas de acuerdo a las tradiciones de estos medios, ni según sus estándares de calidad arte-históricos.

Según lo señalado, en el arte contemporáneo cada artista puede definir el grado de *mediación* que su comunicación

ha de tener. Así, algunos de los trabajos más difundidos y discutidos actualmente en la escena internacional se caracterizan por apelar a la inmediatez, una proximidad tal que rechaza el medio-como-intermediario. Allí están las obras testimoniales que presentan evidencias (de vida y muerte) en vez de representarlas. Así, por ejemplo, *My Bed* (1998), de Tracey Emin, una de las nominadas al Turner Prize en 1999, incluía sábanas sucias, bragas ensangrentadas y condones usados. Según la artista, la obra era una recreación de la escena donde pasó cuatro días contemplando el suicidio. En *My Major Retrospective* (1994), exhibió una muestra de tejido de uno de sus abortos y una cajetilla Benson & Hedges estrujada que su tío había estado sosteniendo cuando fue decapitado en un accidente automovilístico. Se trata, en suma, del abordaje directo y simple para comunicar un mensaje (no necesariamente simple) que no ha sido hipercodificado, que no ha tenido que atravesar una serie de filtros "artísticos", "estéticos" o "técnicos".

Pero indagar desde el Perú en las perspectivas de la comunicación artística en una conferencia sobre arte mediático tiene un sentido particular. Cuando visité la exposición a raíz de la cual se convoca esta reunión, llegué a escuchar algunos comentarios del público que expresaban asombro y extrañamiento frente a las obras, como si les resultasen en extremo ajenas. Ahora bien, es cierto que en Lima el video arte es un género relativamente joven, pero

max
hernández:
my own
private
conlumbine





Lo central aquí es que la experiencia de la imagen de video no lo es. A pesar de sus ventanas de acceso al público, las piezas de videoescultura pueden resultar lejanas.

Pero éste no es solo un asunto de la familiaridad con la tecnología, que podría remitir a una confrontación de guiño generacional y social en el que, digamos, la pintura y el video compitieran por atención pública. Ni la antigüedad paleolítica de la pintura ni la novedad del equipo más avanzado de video son relevantes. Tales consideraciones cronológicas sobre la tecnología de los materiales no tienen nada que ver con los usos a los que dichos materiales pueden ser puestos. Tampoco estamos hablando del elitismo de la pintura ni del populismo del video. De lo que se trata es, más bien, de las posibilidades de comunicación artística, es decir de los *mensajes* posibles y los grados de codificación a los que han de ser expuestos.

Puesto de una manera cruda, una imagen en la estela de la abstracción postpictórica supone una codificación técnica, estética y arte-histórica con la que hay que lidiar como espectadores. Un video de guiño documental, con entrevistas, al recurrir a un conocido formato no-artístico ofrece otras vías de acceso, incluso cuando tal estrategia implica codificaciones particulares.

Este asunto no sólo concierne al público en general, sino a los artistas mismos que trabajamos usando estos medios.

Es necesario, desde mi perspectiva, explorar las potencialidades de un medio que no es fundamentalmente artístico (compárese una cámara de video a un chisqueto de óleo y una paleta), pues muchas veces aún parece regir la vieja lógica modernista de los medios, cuando fue la abolición de dicha lógica la que hizo posible la incorporación del *media art* a la historia del arte.

Hace no mucho, en una fiesta, una persona conocida a quien no veía hacía un buen tiempo me preguntó “¿Cómo va tu pintura?” Le conté que desde hacía algunos años trabajaba en video, a lo que me respondió que eso de pasarse de la pintura al video le parecía mal, aunque usó otra expresión, menos apropiada para citarse aquí. Sin embargo, también me ha ocurrido que tal revelación sobre el cambio de medios resulta alentadora para mi interlocutor.



Ambos polos de reacción apuntan a una concepción excluyente de los formatos artísticos, entendidos como ideología, por no decir religión. Mi decisión de dejar la pintura es sospechosa si se piensa que las únicas posibilidades expresivas válidas sólo existen *dentro del trabajo en pintura*. Contrariamente, mi decisión es alentadora al margen del tipo de aproximación que tenga a los “nuevos medios”, cuando se tiene por lo esencial crear un frente artístico a como de lugar. Sin embargo, una categoría como “arte mediático” resalta las opciones *comunicativas* de los

medios y no los medios en sí mismos. Pero esto no es así ni en la desaprobación ni en el elogio ante mi desplazamiento de la pintura al video. Ambas reacciones expresan el mismo discurso: *el medio en vez del mensaje*.

Generar un campo del arte mediático en el que no se confundan los medios con las ideas ni las tecnologías con los conceptos es vital para que las posibilidades que el género ofrece sean reconocibles y explotables. De otra manera oscilamos entre el rechazo irreflexivo y la celebración acrítica del arte mediático.

El correlato del extrañamiento de los espectadores frente al arte mediático, es, entre los artistas, la precedencia del recurso tecnológico —filtros, efectos, etc.— sobre las necesidades comunicativas. Así, la hipercodificación parece aliarse a la sofisticación tecnológica puerilmente desplegada. Pero telecomunicaciones no es sinónimo de comunicación, por ello participar del campo del arte mediático comprende insertarse en un espacio de distintas perspectivas de creación en el que la gama de opciones técnicas se entienda como una de recursos *opcionales*.

En la situación actual del arte, la pregunta “¿qué es el arte?” pierde toda relevancia en un contexto que presiona otra, aquella sobre *la pertinencia*. Al hablar sobre arte mediático es inevitable atender la necesidad de reflexionar acerca del sentido de pertinencia de un medio de *comunicación* a una situación y mensaje particulares. Si bien el video es un medio “universal” para aquellos con acceso a una TV, en el caso peruano quizá tenga alcances específicos tomando en cuenta el impacto de los *media* en nuestra historia reciente. Tanto la crisis de la televisión local y sus efectos sociales, como —y este ya es un *tour-de-force*— los vladivideos que cambiaron el rumbo político apuntan a ello.

Las inquietudes generadas alrededor de los medios artísticos se insinúan en el desplazamiento de términos con el que nos convoca este conversatorio: del arte

multimedia al arte mediático, al *media art*, insinuando las múltiples posibilidades creativas que nos ofrece como artistas, curadores, críticos y espectadores. Y esto entraña establecer como contrapunto a los *media* y el tipo de relaciones que mantenemos con éstos. Si acaso es pertinente preguntarnos acerca de los alcances de los medios de comunicación y sus repercusiones colectivas, cómo no preguntarnos acerca del potencial que necesariamente pueden tener algunas de dichas herramientas y las maneras en que éstas pueden emplearse en la comunicación artística.

El reto es discernir los mensajes y las múltiples formas de enfrentarnos a este tipo de arte como espectadores, como artistas, como críticos. Se hace indispensable entender en amplitud las distintas opciones comunicativas en juego, pues todo el sentido de las posibilidades, como aquellas que encarna el *media art*, es mantenerlas abiertas.