

INTERNET: UNA AMABLE GALERÍA VIRTUAL

FELICITAS CASILLO

Resumen

El artículo describe la importancia de la web para promocionar obras artísticas e incentivar la creatividad. También alude el histórico debate sobre autores “apocalípticos” e “integrados”, y subraya el papel crucial de internet para asegurar la difusión artística y cultural. Cualquier usuario puede acceder a las páginas web tanto de los museos más prestigiosos como de los eventos que presentan novedades. También se describe la forma en que los usuarios acceden a internet y de qué manera consolidan su imagen a través de acciones creativas. Finalmente, se concluye que ante el fenómeno de la globalización, Internet no solamente representa un medio crucial para la comprensión intercultural, sino que es una valiosa herramienta para que los artistas puedan difundir sus obras y al mismo tiempo, incentivar su creatividad.

Palabras clave: Difusión, arte, creatividad, sentido, promoción.

* * * * *

“La palabra escrita me enseñó a escuchar la voz humana,
un poco como las grandes actitudes inmóviles de las estatuas
me enseñaron a apreciar los gestos.
En cambio y posteriormente, la vida me aclaró los libros.”

Marguerite Yourcenar

Entre las enormes ventajas que posibilitó internet, desde la comunicación simultánea y la comercialización directa hasta la búsqueda de información de cualquier tipo, no cabe duda de que la

difusión del arte ha sido una de las actividades más beneficiadas. Durante la última década se ha producido una flexibilización de los mercados artísticos, que anteriormente resultaban rígidos e inaccesibles. Los nuevos medios ofrecen una difusión continua, a través de diferentes lenguajes y soportes.

A lo largo de la historia del arte resulta patente la tensión entre dos líneas de pensamiento, que ya en el siglo XX, Umberto Eco llamó “apocalípticos”, para aquellos que defendían la exclusividad de la cultura de elite, e “integrados”, aludiendo a aquellos que valorizaban, en cambio, también la cultura de masas.

En las líneas a continuación citadas, el autor se refiere a la posibilidad de difusión cultural. Si, como considera Eco, la existencia de *Reader's Digest*, entre otros productos y soportes, provocó “la ampliación del marco cultural”, cabe preguntarse el enorme impacto provocó la web.

“Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el *Reader's Digest* ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura ‘popular’.”¹

También las ideas sobre a qué llamar arte y a qué no- y las categorías o parámetros para llegar a esa conclusión- han cambiado significativamente. Incluso, y cómo es posible apreciar en “Historia Social de la literatura y el Arte”, de Arnold Hauser, el concepto artístico se relacionó en un comienzo, durante la prehistoria, con la misma sustentación y efectividad en la vida cotidiana: “No hay nada que pueda justificar la presunción de que el arte sirviera para otro fin que para procurar directamente el alimento”, y el autor sigue explicando que era ésta una actividad netamente “pragmática”, que perseguía “objetivos económicos”².

Resulta entonces pertinente preguntarse hoy día, según las necesidades y cualidades técnicas de la época, ¿cuáles son las características del arte? Más allá de esta cuestión, que requeriría de un profundo estudio interdisciplinario, es posible reiterar que los medios de comunicación, históricamente facilitaron la difusión y “democratización” del arte.



Página de Biennale di Venezia

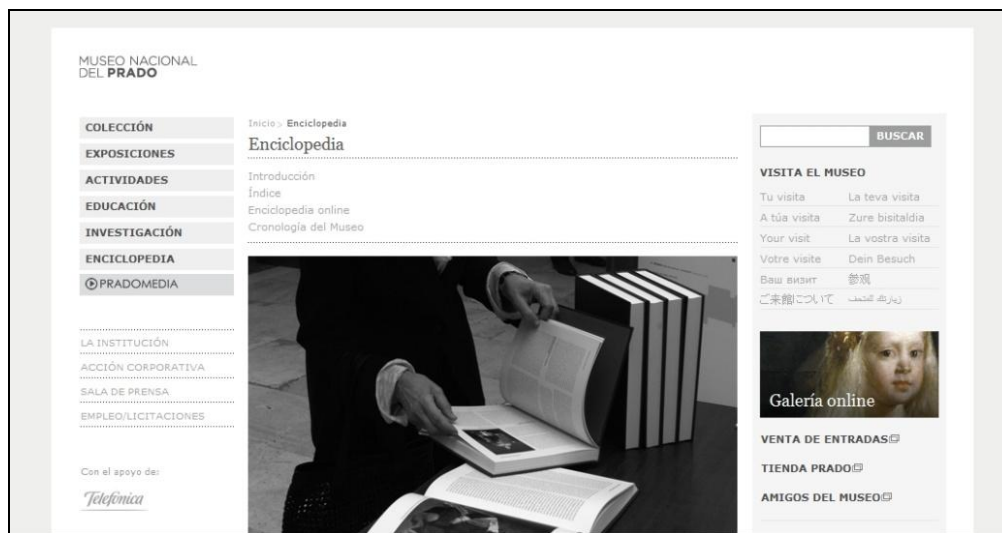
1. PROMOCIÓN DE LA CREATIVIDAD Y DIFUSIÓN

En una entrevista que le otorgó el marchand argentino Ignacio Gutiérrez Zaldívar a quien escribe este artículo, explicaba su visión sobre el arte contemporáneo:

“Han cambiado mucho las circunstancias. Hace un siglo, nuestros artistas tenían que viajar a Europa, era la signatura permanente. Hoy se dispone de Internet, y nada es novedoso. Información on line, las 24 horas. Cuando encuentro en las revistas algún artista que presuntamente es original, casi siempre sé de alguno que hace años viene haciendo eso. Intentar ser original en arte es una actitud que puede ser positiva, pero que en el fondo es inútil. Porque el artista tiene que crear lo que siente: el arte es la exteriorización del sentimiento de una persona. Entonces, se está más allá del parecido a alguien o alguna corriente. Por eso declararse autodidacta hoy día es una

gran mentira. Es posible decir que no existieron profesores, pero se ha visto tanto, existe tanta información...”³

Luego de esta breve introducción, es posible, entonces, asegurar que Internet beneficia de dos formas la actividad artística: por un lado, promueve la creatividad, ya que facilita el conocimiento tanto del patrimonio artístico, como de las tendencias o movimientos novedosos. Por otro lado, internet facilita la difusión de las propias obras, cuando anteriormente sólo era posible acceder al mercado artístico por medio de galerías, ferias u otros circuitos formales de comercialización.



Página del Museo del Prado

Con respecto a la promoción de la creatividad, a modo de ejemplo, mencionamos la posibilidad de acceso a las páginas de internet de diferentes museos, como el British Museum, el Louvre, el Museo del Prado, el Met, Tate Gallery o los Museos Vaticanos. No solamente se ofrece en estos sitios información práctica, como horarios y visitas guiadas, sino que estas páginas también incluyen información sobre las obras, colecciones, historia y novedades.

Tampoco se limita la web a la información sobre el patrimonio, sino que es posible conocer las tendencias, vanguardias y grandes eventos mundiales de arte, como lo es la Bienal de Venecia, cuya

página presenta las noticias referidas al evento, a diferentes disciplinas artísticas e información histórica.

Las ventajas de internet no influyen únicamente en los artistas, entendidos estos como personas dedicadas a la producción más o menos estable y más o menos consciente de obras de arte. El debate sobre arte académico y arte popular no parece contemplar un tercer concepto actual, que podríamos llamar “hecho estético”. Estas son creaciones que no pretenden enmarcarse dentro de la noción de “obra artística”, tampoco se realizan con un afán rupturista. Simplemente son acciones estéticas por medio de las cuales un sujeto expresa su pequeño mundo cotidiano.

Anteriormente, este tipo de acciones estaban reservadas al ámbito privado. Eran hobbies o gustos personales, y si trascendían más allá del propio creador, apenas si eran conocidos por sus familiares o amigos. Es ésta un tipo de creatividad novedosa, que implica la necesidad de dar a conocer hechos cotidianos de forma estética, quizás con el único fin de configurar una imagen personal, que no solamente parece poseer un interés social, sino que también esta imagen destinada al autoconsumo. Decimos bien necesidad, correspondiendo ésta a las del tipo de “necesidades creadas”; en este caso, por el estilo de vida y la alta exposición.

Podríamos afirmar, entonces, que “hechos estéticos” son videos, fotografías, frases, pinturas, dibujos, composiciones, combinación a partir de tipografías, que los sujetos crean siempre con un afán estético y con cierto sentido, que puede ser la búsqueda de reputación, status, o en síntesis, la creación de una imagen.

Evidentemente existe una diferencia conceptual importante entre lo que podríamos llamar “arte” y “hecho estético”. Dentro de la primera de estas categorías podríamos incorporar ciertas vanguardias o movimientos que a pesar de ser rupturistas representan el paréntesis que significa generalmente el arte. Hoy día, la opinión mayoritaria no tiene impedimentos para aceptar el *Urinario* de Marcel Duchamps dentro de la categoría Arte. En cambio, el “hecho estético” no pretende ni siquiera inmiscuirse con esa

categoría, ni cuestionarla ni subrayarla. Simplemente señala estéticamente alguna cuestión que antes estaba reservada a la vida privada.

En el libro *La intimidad como espectáculo*, Paula Sibilia analiza la transformación de las costumbres que propicia internet y de qué manera se configura la reputación en este nuevo soporte. En el mismo libro, la autora analiza el yo creador en la web y concluye que el yo que habla y se muestra en internet suele ser triple: “autor, narrador y personaje”⁴. La materia creativa de la que dispone este nuevo creador parece ser su propia vida.

Dijimos al principio de este apartado que internet beneficiaba tanto la creatividad como la difusión. Con respecto a este último punto, cabe señalar que a través de redes sociales, blogs y páginas de internet existen múltiples formas de difundir arte. Cada uno de estos soportes tiene características distintas. Así como en las redes sociales prima el contacto con otras entidades, instituciones o personas, en las páginas y blogs, con la posibilidad de incorporar presentaciones, fotografías y videos, es posible difundir, sin intermediarios, la actividad artística personal.

También existen páginas de internet dedicadas exclusivamente a la difusión. Son estas las llamadas galerías virtuales, que son generalmente gratuitas. Ejemplo de este último tipo, entre muchos otros, es el caso de Arte Lista, que incluye un catálogo de artistas procedentes de 45 países, con sus obras, precios respectivos, y además, abarca variadas categorías, desde escultura, Netart/arte digital, hasta grafiti.

2. EXPRESIONES ARTÍSTICAS LOCALES Y GLOBALIZACIÓN

Según el sociólogo británico Anthony Giddens⁵ la Globalización consiste en la intensificación a nivel mundial de las relaciones sociales que conectan sitios distantes, de tal modo que lo que ocurre en uno de estos lugares está determinado por hechos ocurridos en sitios remotos o viceversa. Esta influencia puede analizarse en múltiples campos humanos, como el consumo, las costumbres, las tendencias políticas, la opinión pública y también en la estética.

Una de las ideas generales que se mantienen sobre la globalización es la homogeneidad de consumo sobre ciertos productos culturales o artísticos. Sobre todo en décadas pasadas, ésta idea se consolidó a partir de la difusión del cine de procedencia norteamericana. Sin embargo, a partir de la consolidación de nuevas tecnologías, el consumo se fragmentó. Internet facilitó la difusión de productos no masivos, de procedencia muchas veces remota. Más que la exhibición de un único estilo de vida, comenzaron a aflorar montones de tendencias locales, como costumbres, lenguas desconocidas y culturas. A la par de estos cambios, los conflictos que se producían, en parte por intereses económicos y en parte por diferencias culturales, comenzaron a ser narrados en primera persona.

Frente a realidades diversas y a conflictos que ocurren en el mundo “real”, el arte, o más precisamente, la síntesis artística o cultural que se comunica a través de la web de culturas enteras, podría facilitar la comunicación fluida entre países o entidades lejanas, propiciando además la comprensión. Claro que esta comunicación no basta para lograr una pacificación total, pero sí resulta una buena base para entender las diferencias y sobre todo aprehender las similitudes.



Página de *Artelista*

CONCLUSIÓN

Como insinuamos desde un comienzo, Internet facilita la difusión artística y a la par significa una oportunidad para potenciar la creatividad, no solo en artistas, sino entre los usuarios en general. Cabe destacar que siempre se debe tener en cuenta la inquietud personal de cada ser humano, y que la herramienta posibilite estas ventajas no significa que en otros casos pueda ser utilizada de forma diversa.

Finalmente, las ventajas aludidas deberían urgir a formalizar la actividad virtual, y fomentar el respeto de los llamados Derechos de Autor, para salvaguardar al propio creador y propiciar la creatividad.

Notas

- 1 U. ECO, *Apocalípticos e integrados*. Madrid, Editorial Lumen, 1984, p. 12.
- 2 A. HAUSER, *Historia Social de la Literatura y el Arte*. Barcelona, Editorial Guadarrama/Punto Omega, 1978, 14ª Edición, Volumen I, p.14.
- 3 <http://felicitascasillo.wordpress.com/2009/05/14/tenemos-un-arte-del-primer-mundo/>. Página consultada el 10/9/2011.
- 4 P. SIBILA, *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, 2008, p. 37.
- 5 A. GIDDENS, *Un mundo desbocado*. Madrid, Editorial Taurus, 1999.