

La obra de arte en la época de la retuiteabilidad

The Work of Art in the Age of Retweetability

Paulo Antonio Gatica Cote (Universidad de Salamanca)¹

Artículo recibido: 27-06-2014 | Artículo aceptado: 22-10-2014

ABSTRACT: In this paper I will study the artistic status and circulation of cultural products in the social network Twitter. To this end, I will take the ideas of Walter Benjamin on the loss of “aura” and the José Luis Brea’s approaches about the electronic cultural capitalism, a new stage of culture characterized by the passage of an auratic monumental logic to an “era of electronic distribution” and its new possibilities of distribution and access.

RESUMEN: En este artículo reflexionaré sobre el estatuto artístico y circulación de los productos culturales en la red social Twitter. Con este objetivo, tomaré como punto de partida las reflexiones de Walter Benjamin sobre la pérdida del aura y los planteamientos de José Luis Brea acerca del capitalismo cultural electrónico, una nueva etapa de la cultura caracterizada por el paso de una lógica monumental aurática a una nueva “era de la distribución electrónica” señalada por las posibilidades de distribución y acceso.

KEYWORDS: Twitter, digital aesthetics, net-art, social networks, cyberculture

PALABRAS CLAVE: Twitter, estética digital, net-art, redes sociales, cibercultura

1. Introducción

Advierte José Luis Molinuevo acerca de la “desdefinición”² del arte: “Llamamos a una pluralidad de obras ‘arte’, pero no en función de una unidad de sentido sino de una diversidad de argumentos y de miradas” (2001: 9). La crítica literaria y artística ha tendido habitualmente a posicionamientos tecnofóbicos en los que se ha augurado de manera recurrente el “final del arte” o la completa “desartización”³. No obstante, este tipo de discursos, como bien ha observado Gerard Vilar, se prodigan en contextos de ruptura y redefinición conceptual: “los discursos sobre el fin o la muerte del arte surgen de una disonancia entre una definición

¹ Este trabajo se encuadra dentro de las labores de investigación derivadas de la condición de beneficiario del programa de becas y ayudas a la Formación de Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Educación español.

² Expresión acuñada por Harold Rosenberg. En palabras del crítico de arte estadounidense: “The nature of art has become uncertain. At least, it is ambiguous. No one can say with assurance what a work of art is –or, more important, what is not a work of art” (1972: 12).

³ Como explica Gerard Vilar, el concepto adorniano de *Entkunstung* –“desartización”- se refiere al proceso dialéctico de pérdida del Arte de sus “cualidades” artísticas hasta su cosificación como producto o mercancía de una industria cultural “que deja de ser un modo esencial de pensar el mundo” (2010: 14).

normativa de arte asumida en determinado momento y los nuevos fenómenos artísticos de ese mismo presente” (2010: 17).

En este trabajo me propongo reflexionar justamente sobre la naturaleza y circulación de las realizaciones artístico-literarias en la red social Twitter. Por ello, partiré de las intuiciones de Walter Benjamin en su fundacional ensayo “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” acerca de la pérdida del aura. Esta noción esencial para el estudio de la literatura digital fue brillantemente actualizada por José Luis Brea, quien observó que los productos culturales en la “era de la distribución electrónica” responden a una lógica de la distribución y del acceso propias de un nuevo estadio del capitalismo: el capitalismo cultural electrónico (2007: 25).

2. El estatuto artístico de la obra de arte retuiteable

Walter Benjamin en su clásico ensayo define el aura como la “manifestación irrepetible de una lejanía” (1973: 24), el *hic et nunc* de la obra de arte ligada a un modo de circulación ritual, en el que el oficiante expone su trabajo para el culto y admiración de los presentes. La idea de presencialidad es clave para comprender el evidente matiz geográfico de esta formulación de la coexistencia simultánea de la obra y el receptor en un espacio donde se desarrolla la potencia aurática del objeto artístico. Tal como señala Benjamin, en contraposición a la experiencia estética única y genuina de las prácticas auráticas, “la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual” (1973: 27) y, por tanto, se acentúa su valor “exhibitivo” en detrimento del valor “cultural”.

Además, otra genial intuición de Benjamin, que goza de absoluta vigencia para el análisis de la producción artística en las redes sociales, consiste en la modificación del estatuto del público frente a la obra reproducible. Aunque sus palabras se refieren en concreto al cambio advenido con el cine, el filósofo alemán afirma que el espectador asume ante la proyección una “situación de experto” que no exige atención alguna y que, a la postre, deriva en una situación de “examinador que se dispersa” (1973: 54-55). Paralelamente, el usuario de las redes sociales ejerce esa labor de “experto” en función de sus competencias e intereses al diseñar sus propias “formas-trayecto” (Bourriaud, 2009: 137), cartografías de navegación por la red con un simple movimiento.

La obra de arte en Twitter no puede ser concebida desde la lógica del monumento en un espacio privilegiado dentro de un contexto librocéntrico, sino que estas producciones deslocalizadas tienden al régimen del acontecimiento, al flujo constante y renovado de información. En palabras de José Luis Brea, este tránsito supone el paso de una cultura de archivo o ROM a una cultura RAM, de procesamiento (2007: 13-14). La propia naturaleza del medio dificulta la fijación de las realizaciones artísticas en un sistema de archivo patrimonial. De esta forma, frente al carácter sagrado de la cultura, se yergue la figura del “semionauta” encargado de navegar en un océano semiótico puramente relacional (Bourriaud, 2006).

Por su parte, la institución literaria es la encargada, gracias a tecnologías convenientes para la conservación como el libro, de inventariar y custodiar todo el acervo cultural prestigiado. De acuerdo con el razonamiento de Brea, los efectos de consignación que provocan las producciones “monumentales” o “documentales” derivan precisamente de esta capacidad “rememorante” (2007: 17). Sin duda, esta facultad del archivo contribuye al mantenimiento de la identidad del objeto aurático. No obstante, en Twitter o en Facebook la obra digital gestiona su entrada por medio de mecanismos reguladores de privacidad. De esta forma, las creaciones pueden estar abiertas al público o limitadas a determinados grupos. Asimismo, el tiempo de la obra está sujeto a las actualizaciones de la comunidad. Su caducidad proviene del propio funcionamiento y uso de las redes sociales: la entropía es directamente proporcional al nivel de participación y seguimiento. En palabras de Bourriaud:

la obra de arte ya no se ofrece en el marco de un tiempo ‘monumental’ y ya no está abierta para un público universal, sino que se lleva a cabo en un momento dado, para una audiencia convocada por el artista. En una palabra, la obra suscita encuentros y da citas, administra su propia temporalidad. (2006: 32)

En la nueva economía del capitalismo cultural basada en las posibilidades de acceso y en la distribución electrónica de sus contenidos, se produce en las manifestaciones artísticas contemporáneas el cumplimiento del gran proyecto vanguardista de “desontologización radical” (Brea, 2007: 42) de lo artístico, la desmaterialización de la obra tradicional. Como explica Reinaldo Laddaga, desde los años setenta emerge un nuevo mercado que promete “menos el valor que se deriva de poseer un objeto único, que el valor de participación y reconocimiento como miembro de una escena prestigiosa: los placeres del acceso más que los de la posesión” (2010a: 46-47).

En este sistema de circulación auspiciado por el boom digital, se fracturan las relaciones económicas “industriales” de posesión o pertenencia y se impone un nuevo tipo de protocolo de producción y consumo utópicamente cimentado por José Luis Brea, en mi opinión, en el “trueque digital” (2007: 46). Ciertamente, las redes sociales son fábricas de subjetividad a la vez que grandes productoras de sentido teóricamente hiperindividualizados; sin embargo, la customización, máxima expresión de una espontaneidad hipermoderna, se ve amenazada por su propia e infinita posibilidad. Esta paradoja parece latir en el denominado “sentimiento de gregariedad” (Brea, 2007: 46) que produce la experiencia estética al ser compartida gratuitamente en la era de la distribución electrónica.

En el caso que compete a este artículo, Twitter se muestra aparentemente libre de las jerarquías asociadas a instituciones-arte como el museo o el libro. Los ciento cuarenta caracteres delimitan un espacio no codificado por los patrones hermenéuticos proporcionados por el aprendizaje académico. Aún así, a pesar de la condición rizomática de la red, tan lejana a la noción cultural del arte, la producción artística es susceptible de nuevas vías de diferenciación. De acuerdo con Brea, el contenido reproductivo “se desea hacer”; es decir, invita a su prosumición⁴. No obstante, esta actividad provoca un desplazamiento del capital simbólico hacia el terreno de lo “igual” al que reaccionarán la institución y el mercado mediante la reterritorialización de dichas expresiones “comunitarias” dentro del archivo valorizado. Además, hay que subrayar la problemática del “tercer umbral” de las prácticas artísticas a la hora de establecer una resistencia efectiva a la “hiperestetización” de los fenómenos cotidianos. En palabras de Brea:

Tanto las prácticas artísticas como la propia institución-Arte experimentan la tensión impulsiva que la exigencia de adecuación a las nuevas necesidades simbólico-antropológicas de nuestra

⁴ El término “prosumidor”, acrónimo formado por la unión de *producer* (productor) y *consumer* (consumidor), fue utilizado por primera vez por Alvin Toffler en su obra *La tercera ola* (1980). Toffler argumenta que la civilización contemporánea ha vivido tres olas o etapas caracterizables por la producción, la consumición y la prosumición. La producción –“para el uso”– sería la dominante de las sociedades agrícolas preindustriales; la segunda fase vendría marcada por la “producción para el intercambio”, la consumición y el nacimiento y deslinde consiguiente de una sociedad industrial de productores y consumidores; y, por último, la tercera ola rechazaría las dicotomías surgidas durante el capitalismo industrial y da origen a la economía del “prosumidor” (1980: 10). Como comenta Toffler: “el prosumo implica la “desmercantización” de por lo menos ciertas actividades y, por consiguiente, un papel profundamente modificado del mercado en la sociedad” (1980: 183). Así, frente a la saturación del mercado como consecuencia de la fabricación en masa, los consumidores van a adquirir un papel más activo en la economía provocando su presencia mayor, por ejemplo, en procesos de diseño y producción cada vez más individualizados. Entre los síntomas de la prosumición menciona el auge de las tecnologías DIY (*do it yourself*).

época proyecta sobre su dinámica. Demasiado rápido, sin embargo, la sacrifican a un impulso de supervivencia que sentencia su miseria. Mientras la indagación creadora de estas prácticas siga sometida al trance del ensayo y error, y éste se vea administrado por el premio-castigo de la institución-Arte existente (cristalizada en mercado y museo), ese nadar en la miseria está asegurado. (2007: 205)

Sin negar dicha tensión o dialéctica, como bien aclara José Luis Brea, la red “no es un espacio de archivo, sino de actuación” (2004: 76). Debido a su naturaleza eminentemente participativa y presencial, el rito de la contemplación museística queda silenciado mediante la superproducción y saturación del espacio. En Twitter, un medio signado por la pura temporalidad, todo efecto de identidad o subjetividad encarnado en la obra aurática se disuelve en el incesante y efímero flujo de información. Las prácticas “postartísticas” se encargan de “producir comunidad y dispositivos relacionales y no tanto objetos o formalizaciones estéticas” (Brea, 2004: 94), a lo que habría que añadir el afianzamiento de una lógica de lo novedoso, muy próxima a una mentalidad creativa de surtidor (Marina, 1992: 42-43), como sustituto de la lejanía irrepetible del aura. Así, a partir de la demanda y satisfacción de la novedad y lo ingenioso se pretende suplir la supuesta inconsistencia de las obras postartísticas. Como concluye con manifiesto pesimismo Eduardo Subirats:

El arte mercantilmente definido responde por una nueva definición lógica de creatividad [...]: creación como juego lógico, como innovación técnica y compositiva en un sentido estrictamente formalista, y contemplación como registro semiótico, como percepción gestáltica libre de toda experiencia humana. (2001: 49)

Seguramente, la licuefacción posmoderna de lo sólido ha instaurado en el imaginario cultural y social lo que Bourriaud califica de “régimen precario de la estética” (2009: 97)⁵, en el que “la obra de arte ya no es un objeto ‘terminal’ sino un simple momento en una cadena, el *punto capitoné* que vincula, con más o menos fuerza, los diferentes episodios de una trayectoria” (2009: 122). Aquí radica para el crítico de arte francés la diferencia entre una estética posmoderna y una estética “altermoderna”. Mientras que la primera incide en la idea

⁵ La idea de la precariedad ya fue postulada por Zygmunt Bauman en su descripción del trabajo en la época de la “modernidad líquida”. Para Bauman la “precarización” del empleo es una estrategia política y vital llevada a cabo por los “operadores del mercado” para “la descomposición y el languidecimiento de los vínculos humanos, de las comunidades y de las relaciones”. Se busca, por tanto, la ruptura de la fidelización a largo plazo y su sustitución por relaciones contractuales efímeras y de conveniencia. Como concluye el sociólogo polaco: “los vínculos y las asociaciones tienden a ser visualizados y tratados como objetos a ser consumidos, no producidos; están sujetos a los mismo criterios de evaluación de todos los demás objetos de consumo” (2009: 173-74).

de rizoma, “cualquier punto de un rizoma puede ser conectado con cualquier otro, y debe serlo” (Deleuze y Guattari, 1977: 16); la segunda insiste en el concepto de radicante. Como detalla Bourriaud:

Ser radicante: poner en escena, poner en marcha las propias raíces en contextos y formatos heterogéneos, negarles la virtud de definir completamente nuestra identidad, traducir las ideas, transcodificar las imágenes, transplantar los comportamientos, intercambiar en vez de imponer. (2009: 22)

2.1 La tuitera ¿“pos-aurática”?

En un nuevo esfuerzo de integración de las creaciones artísticas propias de la “estética de la circulación” que se ha esbozado anteriormente, desde el ámbito académico-institucional se reclaman “nuevas estrategias de resistencia artística” (Marchán Fiz, 2006: 46) para sortear el peligro del vaciamiento categorial ante la mera implementación de la tecnología. Así, para Eduardo Subirats la tecnociencia aplicada al arte rompe con la “contigüidad ontológica y estética entre seres humanos y el mundo de la que el arte [...] era y es mediador privilegiado” (2001: 49). La megalización de las posibilidades telemáticas de interconexión y comunicación degenera en lo que denomina una “real antiestética” singularizada por tres principios que designarían dicha experiencia: la pérdida del aura, la creación entendida como diseño industrial y la espectacularización de dicha experiencia (Subirats, 2001: 149-50).

Uno de los peligros inminentes ante el maremágnum de Twitter es la facilidad con la que puede caerse en la “ceremonia nominalista en la que confluyen la teoría institucional y la contextual” (Marchán Fiz, 2001: 88-89); esto es, la asignación a cualquier texto del estatuto artístico a través de la recompensa institucional proporcionada por los “expertos”. El arte y, por supuesto, la literatura, siempre han sido actividades mediadas. En el sistema cultural, a pesar de la relación directa y bidireccional que se establece y reclama en las redes sociales entre emisores y receptores, subsiste en última instancia el mediador tecnológico. Esta igualación de los planos, sin embargo, no se materializa en una ausencia total de criterios de distinción o jerarquía; al contrario, se establecen nuevas dinámicas de poder y prestigio en el que el límite fluctúa en función de sus “condiciones de significación” (Michaud, 2002: 17-18).

En cierto modo, se ha visto en el soporte digital la ocasión para una nueva página en blanco en la que volcar la subjetividad del artista. Ciertamente, la creación en la red se presenta como un espacio sin marcas ni “índices genéricos” claros. El cibernauta se enfrenta a la interpretación apoyado exclusivamente en su propia “competencia genérica” (Ryan, 1988) y en la información de tipo paratextual ofrecida por el artista y las instancias mediadoras. De esta forma, en sintonía con Yves Michaud, habría que entender que el juicio estético es un enunciado “personal e inscrito en un juego de lenguaje compartido” (2002: 56) por creadores y destinatarios, que se construye a partir de una “gramática de aprendizaje” conformada por las variadas disertaciones y juicios sobre el arte. Este universo de conocimiento compartido no conlleva ni identidad ni aceptación de los presupuestos de unos u otros. Es más, posiblemente, existen varias gramáticas y, por ende, “múltiples juegos de lenguaje estéticos según los objetos a evaluar y los grupos que los practican” (Michaud, 2002: 58).

No obstante, la convivencia de los variados enunciados no es pacífica ni está sujeta a un orden estable. La altermodernidad constituye un espacio de concertación dialógico más interesado en la construcción de “nuevas interconexiones culturales” (Bourriaud, 2009: 44) que en el inventario del origen y formas de los “juegos de lenguaje”. Por ello, los juicios estéticos son sujetos activos de negociación que se debatirán entre el subjetivismo y la norma “en un proceso constituido por experiencias, comparaciones, iluminaciones múltiples, descentramientos y nuevos centramientos” (Michaud, 2002: 94).

2.2 Estrategias de presentización: el retuiteo

Conforme a la información que proporciona la empresa, la característica de un retuiteo es que te “ayuda a ti y a otras personas a compartir rápidamente un Tweet con todos tus seguidores”⁶. En apariencia, excepto por la inclusión de una señal específica, el retuit resulta casi idéntico al tuit, por lo que puede ser fácilmente confundido o manipulado para que cause el efecto de novedad y “presente”. Por ello, más que centrar la investigación en la facultad de compartir un determinado mensaje con un grupo de usuarios determinado por el acceso, habría que detener

⁶ Definición ofrecida por la propia empresa: <https://support.twitter.com/articles/230754-preguntas-frecuentes-sobre-retweets-rt#>.

la mirada en una operación de “reciclaje” y “presentización” de tremendo calado para la creación: la resignificación de los retuits insertos en contextos ajenos al original.

Ya se ha descrito en los apartados anteriores cómo la liquidación del aura colapsa la concepción del arte como una totalidad destinada a perdurar. Sin embargo, las nuevas realizaciones en el ámbito colaborativo deconstruyen la temporalidad única de la obra revelando las sucesivas y frágiles temporalidades que las componen. En Twitter, las textualidades electrónicas aparecen y desaparecen en el *time-line* de la red social y sólo la labor arqueológica de un hipotético antólogo o *curator* puede “recuperar” esos materiales y dotarlos nuevamente de la solidez perdida. En cierta medida, es la subjetividad la que al final va a intentar encajar las piezas de un conjunto en el que resulta complicado determinar el inicio y el final –si lo hubiera– de la obra. No obstante, este rescate no deja indemne el discurso, sino que provoca un paradójico efecto duchampiano: conduce a su recontextualización, además de someterlo a la voluntad del individuo representante de la institución. Para Brea, en la era de la distribución electrónica

la forma de *presencia* más característica de la relación con el trabajo en la red tiene que ver con este contacto ‘en tiempo real’. Si lo propio de la relación con la obra ‘convencional’ se aparecía como el encuentro con *un tiempo pasado en un lugar-aquí*, lo propio del encuentro presencial con la obra en la red es coincidir en *un tiempo-ahora* –fuera de cualquier ‘lugar-aquí’ definido. (2002: 123)

Esta afirmación, aunque correcta, es incompleta, ya que la acción del retuiteo supone, en mi opinión, una novedad esencial en el sistema de emisión, recepción y distribución de la obra de arte debido a la posibilidad intermedia de “presentización”, entre el contacto-presencia con la obra en un “tiempo-ahora” digital y la presencia de un tiempo pasado del producto artístico en un “no lugar-ahora”. De aquí que se pueda determinar que en la red social Twitter se producen tres formas de presencia:

1. El contacto-presencia con la obra en un tiempo-ahora.
2. Un protocolo de distribución que continúa la noción de aura con la presencia del tiempo pasado del “documento” en un lugar-aquí o, mejor dicho, en un no lugar-ahora.
3. Una forma intermedia entre la primera y la segunda: la “presentización” de la obra por medio de la acción de retuiteo.

Las dos primeras formas encarnarían las prácticas artísticas por antonomasia: la creación colaborativa a través de procesos dialógicos intersubjetivos y la mostración de una obra completa y cerrada a través de un medio de comunicación digital. En cambio, la tercera opción parece encontrarse a medio camino. El retuiteo no es simplemente, como ironiza Aurelio Asiain, “pasar la voz, como quien cuenta un chiste o suelta un chisme” (Rivera Garza, 2011: n.p.); además de permitir la incorporación de cualquier tipo de material –táctica ya empleada en la modernidad–, tiende puentes entre esas dos lógicas culturales al actualizar y suprimir los distintos tiempos de la obra. Dicho de otro modo, la acción de retuiteo recontextualiza el tuit con éxito en el presente de la producción comunitaria, insertándolo dentro de una cadena o proceso de construcción de significado.

3. Las comunidades en armas: el espacio profano frente al archivo

Es evidente que la red social favorece el surgimiento y consolidación de un activo grupo de creadores amateur⁷, cuyas producciones nutren el espacio profano⁸ a la espera de su legitimación y, en consecuencia, su inclusión dentro del archivo cultural. Este tipo de realizaciones no cuentan con el respaldo de un “nombre-marca” ni de una editorial. Únicamente la superabundancia y el seguimiento masivo de sus contenidos pueden dotar a esta obra de una visibilidad destinada, en principio, a los escritores consagrados, ya sea mediante el beneplácito de la academia o el reconocimiento de una comunidad importante de seguidores. De hecho, sin ánimo de pecar de categórico, con sus consecuentes escalas y gradaciones, se observa una tipología de tres comportamientos básicos por parte de los productores artístico-literarios en Twitter⁹:

⁷ Para Juan Martín Prada, frente al profesionalismo imperante en el siglo XX, cuyo gran referente sería el genio individual, “las creaciones ‘amateur’ estadísticamente forman ya una parte muy importante de los contenidos disponibles *on line*” (2008: 69).

⁸ Boris Groys define el espacio profano como el “ámbito que integra todas las cosas que no están incluidas en los archivos [...], extremadamente heterogéneos, porque está constituido por las cosas más diversas y por los más diversos modos de relacionarse con ellas” (2005: 76).

⁹ Elena López Martín distingue cinco comportamientos o interrelaciones entre arte y redes sociales: a) Redes sociales como espacio para divulgar obras de arte generalmente *off-line*; b) Redes sociales como tema sobre el que reflexionan obras *off-line*; c) Redes sociales como herramienta que determina el proceso y resultado de una obra materializada *off-line*; d) Redes sociales como tema y herramienta en obras realizadas para la red: Net.art 2.0; e) Redes sociales como espacio en el que generar arte de Internet 2.0: Net.art 2.0 (2012: 36-37).

1. Artista legitimado off-line
2. Artista legitimado off-line y online
3. Comunidades de prosumidores online

3.1 Artista legitimado off-line

La identidad del autor es conocida “fuera” del ciberespacio y ostenta un lugar privilegiado y reconocible en la institución literaria, por lo que su seguimiento es fácil por parte de un “público” interesado en su obra o “marca”. La actividad en la red consiste, fundamentalmente, en la promoción y/o difusión de una obra destinada a su consumo en los canales de distribución tradicionales. El artista legitimado off-line, generalmente, opera mediante la inserción de citas, textos breves y enlaces a otros medios como blogs, foros o noticias. Algunos ejemplos notables se pueden encontrar en Benjamín Prado o en Carlos Marzal¹⁰. Estos escritores, a pesar de adelantar parte de sus textos en Twitter o en Facebook, no se sumergen en la intersubjetividad o en el trabajo colaborativo. En su caso, la comunicación literaria es unidireccional, con una mínima interacción del emisor con la comunidad de seguidores y, por tanto, no difiere de manera sustancial de la mantenida fuera de las redes sociales.

3.2 Artista legitimado off-line y online

Aun gozando del estatus de escritor consagrado, este tipo de creadores cuenta con una producción específica tanto en la red como en libro. En ellos, existe una separación entre la faceta de productor de contenidos “tradicionales” señalados para su consumo en formato

¹⁰ Carlos Marzal lleva desde 2011 publicando en su blog *País portátil* (2011-) el “Aforismo del día”, una sección que se encarga de promocionar y distribuir a través de sus cuentas de Facebook y Twitter (<http://carlos-marzal.blogspot.com.es/>). Por su parte, Benjamín Prado abrió su blog en 2008 (<http://pradobenjamin.blogspot.com.es/>) y se ha incorporado recientemente a la promoción de sus aforismos desde sus perfiles en Facebook y la red de microblogueo Twitter. En el caso de escritor madrileño, es destacable que durante los primeros meses de 2014 ha publicado varias entradas donde adelantaba varios aforismos de su libro *Doble fondo* (2014). Otro aforista reseñable que se ha sumado a esta vía de comunicación es Miguel Ángel Arcas, quien presenta en Facebook un “Aforismo cada semana”.

“libro” y la labor de *tuitartista*. No obstante, este deslinde no implica una distancia insalvable entre las dos dimensiones creativas. En la mayoría de los supuestos, se percibe una fuerte imbricación de las textualidades electrónicas y las no digitales. Evidentemente, hay grados dentro de esta categoría ya que, en ocasiones, el autor recurre al “ocultamiento” por medio de identidades avatáricas.

Sin entrar en los posibles motivos de este alejamiento ficticio o real de la obra, sí se puede afirmar que en Twitter, precisamente por la condición de medio no legitimado, predomina una “estética de laboratorio”, una cierta práctica de sondeo. Gracias a las posibilidades de interacción directa con los “prosumidores”, la “obra” avanza, se consolida o modifica como consecuencia de los retuiteos, respuestas, menciones o favoritos dedicados. Sin embargo, aunque hay que subrayar la labilidad de muchas de estas creaciones en virtud del *feedback* casi inmediato con la comunidad, las textualidades pueden finalizar siendo absorbidas por el archivo tras su selección y publicación en libro –revalorización y legitimación total–, o bien pseudolegitimadas mediante un procedimiento similar aunque sin el prurito librocéntrico del papel: la antología o compilación en la red como es el caso singular de la sección “Twitter’s Digest” de la revista mexicana *Nexos*. No obstante, como argumenta Groys:

Ninguna valorización de lo profano aniquila definitivamente su carácter profano y menos aún disuelve la frontera entre la tradición valorizada y las cosas profanas. Todas las valorizaciones son, siempre y simultáneamente, interpretaciones, y cada interpretación modifica lo profano, porque lo sitúa en un sistema de relaciones que le es originariamente extraño. (2005: 134)

3.3 Comunidades de prosumidores online

El tercer comportamiento básico se corresponde al “prosumidor” característico del espacio profano. Se muestra generalmente activo, muy implicado en la producción y, sobre todo, en el seguimiento y contacto con contenidos legitimados en función de su escala de valores. En esta categoría habría que distinguir claramente entre comunidades, por un lado, de productores/receptores profesionales, pertenecientes a un círculo artístico institucionalizado y visible; y, por otro, comunidades denominadas amateur, cuya relación suele ser directa, aunque asimétrica, con la comunidad profesional.

Sin menospreciar la posibilidad del hallazgo casual, el prosumidor amateur intenta arraigarse en el primer grupo a través de su participación y apelación a los integrantes del brazo institucional. Su producción suele contar con la complicidad o la indulgencia de los primeros, pero sin el marchamo que sólo impone la institución literaria como garante de las prácticas valorizadas. Como bien señala Groys, es justamente la “comparación valorizadora” entre espacio profano y archivo cultural la que genera la innovación y, por tanto, delimita la frontera entre ambos territorios (2005: 76-77). La interdependencia de los dos espacios resulta así ineludible para esperanza de una serie de producciones que aguardan su ingreso en la memoria cultural.

4. Economía/ecología de las comunidades de prosumidores en red

El peligro evidente de las relaciones o comportamientos de las comunidades de productores online estriba en la falsa conciencia de participación que puede degenerar en una especie de “despotismo tecnológico” (Brea, 2002: 122), en el mantenimiento de las jerarquías entre el creador individual y los receptores –ahora– pasivos. Como comenta certeramente Brea: “no hay interacción verdadera –o es una interacción carente en sí misma de todo interés– cuando el diálogo que abre la *obra* culmina en la *propia obra*” (2002: 122)¹¹.

Considero muy interesantes al respecto las ideas de Henry Jenkins acerca del funcionamiento de las asociaciones de fans. Para el especialista americano, los fans son “productores activos y manipuladores de significados” (2010: 37). Difícilmente puede imaginarse una agrupación de fans inactiva o sin intervención directa en el proceso de creación. En este sentido, Jenkins parte para su análisis del concepto de “economía escrituraria” acuñado por el filósofo Michel de Certeau, para quien la escritura consiste en el “establecimiento de aparatos escriturados de la ‘disciplina’ moderna” (2000: 146).

La economía escrituraria comenzaría con la invención de la imprenta y bien puede extenderse a las tecnologías programadas para el control de la producción de textos e interpretaciones. De este modo, de Certeau opone la oralidad polifónica y descentrada a la escritura “burguesa”, entendida como elemento de “jerarquización social” (2000: 152), que ejerce de órgano

¹¹ Eduardo Subirats se muestra escéptico respecto a la posibilidad de interacción “real” del receptor con la obra: “La tesis de la participación del espectador en la virtualidad industrialmente acabada del mundo constituye más bien el sucedáneo que su producción tiene que poner en escena, como compensación a la autonomía subjetiva de la experiencia que efectivamente liquida” (2001: 105).

controlador de la circulación textual. Lógicamente, esta relación no es neutral y deviene en “piratería”, práctica que comprende las estrategias de las clases subordinadas para eludir o escapar al control institucional a través de la manipulación “furtiva” de los significados del “texto principal” (Jenkins, 2010: 40). Sin embargo, a diferencia del carácter provisional y limitado que concede de Certeau a los productos “pirateados”, Jenkins acierta en su diagnóstico al estimar que la lectura de los fans “es un proceso social a través del cual las interpretaciones individuales toman forma y se refuerzan a través de los debates con otros lectores” (2010: 62).

No obstante, en oposición a las tesis “igualitarias” sobre el gregarismo comunitarista online, hay que señalar, como sostiene Laddaga, que “la interacción está enmarcada en una relación social que existe fuera y antes de la interacción misma” (2010a: 237-38). Si bien una parte fundamental de las prácticas artísticas online están orientadas a la producción de dispositivos o espacios de socialidad, persiste una jerarquía implícita y, en ocasiones, explícita en todo acto de comunicación: un posicionamiento a priori de los interlocutores. Incluso en los trabajos más marcadamente antidisciplinarios, suele haber un individuo o colectivo –ya sea el descubridor, el impulsor o el administrador– en torno al cual orbita la ejecución de la obra. Por ejemplo, las “#Amalgamas”¹², uno de los proyectos más interesantes y con más recorrido en Twitter, surge de un ejercicio colaborativo de “fuente abierta” en el ámbito de un taller literario dirigido por el escritor Alberto Chimal. En palabras de Laddaga:

un proyecto en fuente abierta es normalmente originado por una proposición local, que tiende a emerger como la reescritura de un fragmento de dominio público para uso personal y se prolonga en un medio social de examinadores que lo confirma o lo desvía, y que puede estabilizarse en una ecología sociotécnica, estructurada en la forma de un núcleo relativamente estable y una periferia cambiante, capaz de metabolizar rápidamente elementos del entorno en que se despliega para aumentar sus recursos disponibles. (2010a: 277)

Las comunidades de usuarios que se establecen alrededor de determinados intereses, creaciones o autores, no interactúan de manera armónica, sino que “entran en resonancia o

¹² Alberto Chimal confiesa que las “#Amalgamas” fueron planteadas en Twitter en 2011 a imagen y semejanza de los “ircociervos” de Umberto Eco, juego intelectual creado por el pensador italiano en su *Segundo diario mínimo* (1992). Tuvo una segunda edición en 2013. Las instrucciones facilitadas a través de la red social por el propio Chimal detallan la naturaleza de estas composiciones: 1) Se toman 2 obras (libros, películas, canciones, lo que sea) y un nombre asociado a c/u [cada uno] de ellas (autor, actor, intérprete...) #Amalgamas; 2) Se mezclan los 2 nombres y los dos títulos para crear un híbrido, en el que se puedan entrever los originales. Y se le tuitea. #Amalgamas; 3) Ejemplo: Ridley Scott Fitzgerald, ‘El gran gladiador’ (‘Gladiador’ + ‘El gran Gatsby’) #Amalgamas (Chimal, 2013: n. p.).

comunicación solamente en sucesos rituales [...] que proponen una serie de participaciones fugaces, intensas y a la vez distantes” (Laddaga, 2010b: 24); empleando la terminología del profesor argentino, estos “nichos entrecerrados” proponen su propia ecología relacional conocida y compartida por los integrantes de cada nicho.

En el campo de la ecología, se define el nicho como “la relación entre una población de organismos y su medio ambiente en la que las interacciones pueden operar en ambas direcciones: del organismo al ambiente y viceversa” (Leibold y Geddes, 2005: 118). Siguiendo la argumentación de Leibold y Geddes, la supervivencia de las metacomunidades¹³ de especies estaría garantizada siempre que los nichos no sean iguales, ya que “si todas las comunidades locales fueran similares (...), entonces todas terminarían con el mismo número de pares de especies y todas las otras especies se extinguirían de la metacomunidad o región y no estarían disponibles para participar en la dinámica del proceso de ensamblaje” (2005: 123-24). De este modo, si extrapolamos esta teoría al terreno artístico, la creación sólo podría producirse en esta clase de comunidades por medio del “*bricolage* de elementos culturales provenientes de órbitas que solían estar distanciadas” (Laddaga, 2010b: 24). Hasta cierto punto, puede analizarse este fenómeno como “injerencias” revitalizadoras en determinados ámbitos de actuación, o bien una interferencia de algún creador presente en el archivo valorizado que resuena en el espacio profano, o bien una invención profana redimida por la institución. Como recogen Groys y la teoría del nicho, la influencia se ejerce en ambas direcciones.

5. Conclusiones

A pesar de corroborar la presencia en la red “de nuevos circuitos de valor y de significación cargados de gran autonomía creadora y de una notable capacidad subversiva” (Prada, 2008: 73), también se ha certificado a lo largo de este artículo cómo la institución y sus extremidades mantienen una actitud centrípeta hacia las formulaciones más excéntricas. En cierto modo, el perenne cuestionamiento del estatuto artístico conjura el peligro de una fractura irreparable en el seno de los mismos órganos garantes de su estabilidad. Así, al igual que en la definición de arte se incluye sus continuas negaciones, los oficiantes de la institución reafirman su predominio y autonomía incluso ante las posiciones más radicales “despolitizando” el contenido

¹³ Leibold y Geddes definen la “metacomunidad” como “el conjunto de comunidades locales conectadas a través de la dispersión de al menos algunas de las especies que las componen” (2005: 122).

crítico y asimilándolo dentro de su sistema “de autoafirmación del campo” (García Canclini, 2008: 23-24). En palabras de Boris Groys:

lo profano, elevado al nivel de la cultura, pierde, en el instante de su valorización cultural, la fuerza que tiene fuera de la cultura. Con ello, deja de ser una amenaza real para la cultura, se incorpora a ella y es neutralizado. La figura de la superación, el acabamiento y la devaluación de la cultura tradicional con los instrumentos de la teoría o del arte (...) reproduce simbólicamente, en cierto sentido, la amenaza a la cultura por parte de las fuerzas profanas. (2005: 137)

No obstante, más allá de la producción visible y valorizada, late toda una red de nodos, flujos y tránsitos por la que se desplazan realizaciones artísticas que poco o nada tienen que ver con los itinerarios tradicionales. El creador mexicano Mauricio Montiel Figueiras, padre literario de la “novela de folletuit” *El hombre de tweed*, estima que Twitter es un río al que el artista levanta una presa o dique para contenerlo (Chávez, 2013: n.p.). En cambio, el propio curso de la red social y el funcionamiento entreverado de las comunidades de prosumidores de significados revelan la entelequia que supone la total interrupción de las aguas. En suma, considero absolutamente necesario regresar a una concepción flexible de la resistencia de las prácticas artísticas en contraposición a la rigidez aurática y a la inoperante desartización. Como afirma Néstor García Canclini:

Buscamos una relación abierta, imprevisible, entre la lógica de re-descripción de lo sensible por los artistas, la lógica de comunicación de las obras y las varias lógicas de apropiación de los espectadores: se trata de evitar una correlación fija entre las micropolíticas de los creadores y la constitución de colectivos políticos. (2008: 30)

Bibliografía

Bauman, Zygmunt (2009). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE Argentina.

Benjamin, Walter (1973). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus. pp. 15-60.

Bourriaud, Nicolas (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Bourriaud Nicolas (2009). *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Brea, José Luis (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Consorcio Salamanca-Centro de arte de Salamanca.

Brea, José Luis (2004). *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia: Cendeac.

Brea José Luis (2007). *Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.

Certeau, Michel de (2000). *La invención de lo cotidiano 1. Artes de hacer*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.

Chávez, Adrián (2013, 1 de diciembre). "Escribir en terreno movedizo: Entrevista a Mauricio Montiel Figueiras". *La hoja de arena. Revista digital de temas infinitos*. <<http://www.lahojadearena.com/revista/2013/12/escribir-en-terreno-movedizo-entrevista-mauricio-montiel-figueiras/>>. (19-1-2014).

Chimal, Alberto (2013). "Amalgamas". <<https://mx.groups.yahoo.com/neo/groups/mundoraro/conversations/messages/204>>. (16-2-14).

Deleuze, Gilles y Felix Guattari (1977). *Rizoma (introducción)*. Valencia: Pre-Textos.

García Canclini, Néstor (2008). "¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?". *Estudios visuales*, 7. <http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num7/02_canclini.pdf>: pp. 16-37. (16-10-13).

Groys, Boris (2005). *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*. Valencia: Pre-Textos.

Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión*. Madrid: Paidós Ibérica.

Laddaga, Reinaldo (2010a). *Estética de la emergencia*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Laddaga, Reinaldo (2010b). *Estética de laboratorio. Estrategias de las artes del presente*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Leibold, Mathew A y Pamela Geddes (2005). "El concepto de nicho en las metacomunidades". *Ecología austral* 2. <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1667-782X2005000200003&lng=es&nrm=iso>: pp. 117-129. (25-1-2014).

López Martín, Elena (2012). "Twitter como argumento, herramienta y soporte para la producción artística contemporánea". *Forma. Revista d'Humanitats* 6. <<http://www.raco.cat/index.php/Forma/article/view/261155/348360>>. pp. 33-47. (16-1-2014).

Marchán Fiz, Simón (2006). "Entre el retorno de lo real y la inmersión en lo virtual: consideraciones desde la estética y las prácticas del arte". Comp. Simón Marchán Fiz. *Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós. pp. 29-59.

Marina, José Antonio (1992). *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona: Anagrama.

Martín Prada, Juan (2008). "La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0". *Estudios visuales* 5. <http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num5/prada_20.pdf>. pp. 66-79. (22-9-2013).

Michaud, Yves (2002). *El juicio estético*. Barcelona: Idea Books.

Molinuevo, José Luis (ed.) (2001). *A qué llamamos arte: el criterio estético*. Salamanca: Universidad.

Rivera Garza, Cristina (2011). "Sobre el tuit". *Periódico de Poesía*. <http://www.periodicodepoesia.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=1650&Itemid=130>. (4-3-2013).

Rosenberg, Harold (1972). *The De-Definition of Art*. Chicago: University of Chicago Press.

Ryan, Marie-Laure (1988). "Hacia una teoría de la competencia genérica". Ed. Miguel Ángel Garrido Gallardo. *Teoría de los géneros literarios*. Madrid: Arco/Libros. pp. 253-301.

Subirats, Eduardo (2001). *Culturas virtuales*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Toffler, Alvin (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janés.

Vilar, Gerard (2010). *Desartización. Paradojas del arte sin fin*. Salamanca: Universidad.

Este mismo artículo en la web

<http://revistacaracteres.net/revista/vol3n2noviembre2014/obra-arte-retuiteabilidad>