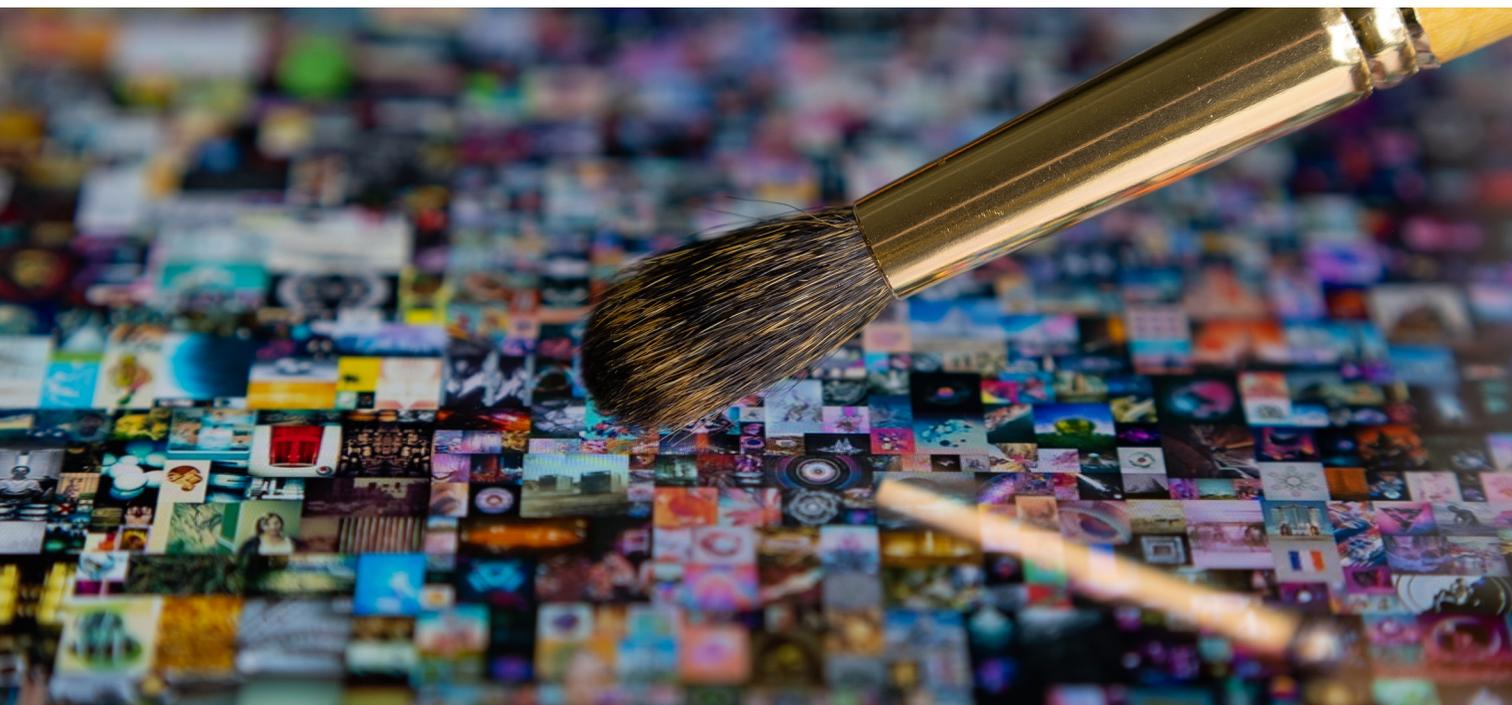


La imagen en tiempos digitales: arte y desilusión estética

Una revisión de las categorías de la estética contemporánea



Autor: Jaime E. Bailón

Facultad de Comunicación
Universidad de Lima

doi: <https://doi.org/10.26439/piedepagina2023.n009.6459>

La disrupción digital y, especialmente, la inteligencia artificial han originado una transformación de los procesos artísticos y de la comunicación. Sin embargo, su adaptación se viene dando sin tomar en cuenta la lógica de los medios digitales y los cambios epistemológicos que los acompañan. En el presente artículo vamos a realizar una revisión de las principales categorías de la estética moderna: representación, obra, originalidad, autor y lo sublime. Propondremos, además, a modo de hipótesis, algunas de las nuevas funciones de estos conceptos en este nuevo *bios* virtual (Sodré, 2012) que ha transformado los objetos del mundo

en imágenes de deseo, las que tienen como características principales su simultaneidad, instantaneidad y globalidad, y una mezcla intensiva de iconografías de diversas culturas y épocas. Este flujo incesante de imágenes a través de los medios y de las redes digitales es lo que va a configurar el estadio transestético (Baudrillard, 1997).

ARTE SIN REPRESENTACIÓN

Una de las características de cualquier forma de texto –pinturas, películas, obras literarias, piezas musicales– era su valor de representación de la realidad. Por ejemplo, la pintura renacentista

representaba pasajes bíblicos o narrativas de la mitología griega, mientras que, hoy en día, la prensa, el cine y la música popular nos muestran los avatares existenciales del hombre común y de los famosos (deportistas, políticos, empresarios, artistas). En la sociedad contemporánea, la idea de representación no ha desaparecido como sucede en los cuadros monocromos de Malevich, sino que la enorme profusión de imágenes que circulan en los medios tradicionales (carteles, TV, cine) y en las redes virtuales han hecho que las imágenes pierdan peso, sean símbolos sin trascendencia ni consecuencia. Simplemente, circulan de manera incesante, desprendiéndose por completo del objeto al que alguna vez representaron. Aunque resulte paradójico, la sociedad de los medios digitales sería una sociedad iconoclasta, no porque busque combatir y desaparecer las imágenes, sino porque estas han perdido valor: son como el dinero en un estado con una economía hiperinflacionaria, circulan millones de billetes de alta denominación que prácticamente no valen nada. Baudrillard menciona lo siguiente:

Vértigo ecléctico de las formas, vértigo ecléctico de los placeres: ésta era ya la figura del barroco. Pero en el barroco, el vértigo del artificio también es un vértigo carnal. Al igual que los barrocos somos creadores desenfrenados de imágenes, pero en secreto somos iconoclastas. No aquellos que destruyen las imágenes sino aquellos que fabrican una profusión de imágenes donde no hay nada que ver. (1997, p. 23)

En la imagen contemporánea ya no hay nada que mirar, es una imagen obscena, en el sentido de que ya no hay ilusión, ya no hay secreto, todo se exhibe y se muestra con detalles en alta definición. La pornografía ha desbordado el campo de la sexualidad y ha invadido todas las prácticas sociales. Tenemos una pornografía de la violencia (los noticieros que ofrecen a sus audiencias primeros planos de cuerpos decapitados o escenas de una ejecución callejera), pornografía de la corrupción (grabaciones de autoridades recibiendo una coima), pornografía de la miseria (*talk shows* televisivos que muestran el abandono y maltrato de mujeres y niños).

LA DESAPARICIÓN DE LA OBRA

No solo se pierde la idea de representación de la obra, sino que la noción misma de obra de arte o de una pieza de producción simbólica (película, grabación musical, fotografía) va a tener que

reformularse. La disrupción de la tecnología y el arte digital ponen en cuestión la idea del producto artístico, tal como se entendía hasta el siglo pasado, porque el elemento básico de estos medios es el *software* que es, “al mismo tiempo (el código), obra (en cuanto producto del programador y en potencia por lo que se puede hacer con él) y herramienta (el aplicativo)” (Roncoroni Osio, 2021, pp. 4-5).

El análisis de estas capas de las que está compuesto el *software* es esencial para poder captar el nuevo sentido de la noción de “obra”. Y esto demanda aprehender algunos de los conceptos básicos de las ciencias de la computación. Empezaremos por el algoritmo, que es un conjunto de instrucciones que nos van a permitir realizar una tarea como, por ejemplo, una receta de cocina, la ruta descrita en un croquis para llegar a una dirección, el manual para hacer funcionar una refrigeradora.

Hacer que una computadora pueda llevar a cabo una tarea descrita en un algoritmo necesita del uso de un lenguaje que sea compatible con la máquina y esto son los programas informáticos, y el acto de codificarlos e introducirlos en una computadora es la programación. Los programas y los algoritmos se conocen en conjunto como el *software* (Brookshear, 2012).

El algoritmo se constituye a partir de conceptos en donde se actualizan los dispositivos de control político, económico y social de una sociedad (Deleuze, 1996). Ahí están también inscritos los valores estéticos (lo bello, lo sublime, lo sensible), pero de forma potencial, tal como una idea o promesa en el sentido de los autores románticos, quienes consideraban el juicio del gusto más como una hipótesis que como una afirmación. Por ejemplo, en el documental, *Grandes ideas de la filosofía, estética*, Alexander Nehamas cita la definición que hace Stendhal sobre la belleza como una promesa de felicidad: “Es una promesa que no es necesario cumplir o peor que puede cumplirse y puede ser decepcionante o peor aún que puede cumplirse y ser perjudicial para uno y uno no lo sabe” (como se cita en FilosofíaTv, 2015).

Esta concepción del juicio estético como una hipótesis o promesa es algo que el arte y la producción digital van a llevar a dimensiones hiperbólicas, porque aquí la promesa se hace sin tener siquiera el objeto sensible, sino solo la idea o el esquema (el algoritmo).

Otra capa del *software* es el lenguaje de programación; sus valores estéticos son los mismos de un texto literario: mensaje, dominio del lenguaje, estilo y diagramación (Fishwick, 2008). Sin embargo, es bueno aclarar que los textos digitales (*software*) guardan más similitudes con la oralidad que con la dimensión literaria escrita, puesto que el texto digital no es algo fijo o terminado, sino es algo que está en proceso (Ong & Hirtley, 2012). El texto digital es dinámico y efímero, es un texto que puede ser modificado en tiempo real, es abierto y participativo, y está constantemente adaptándose a su contexto.

ORIGINALIDAD

Las obras artísticas han estado desde siempre al servicio de un ritual, su valor de uso fue mágico, mítico y religioso. Representaron dioses griegos o pasajes bíblicos, luego, en la modernidad, el objeto artístico abandonó la representación de fenómenos externos y adoptó la tesis del arte por el arte o el arte puro y se encerró en su campo recreando y reproduciendo solo sus propios elementos formales. Sin embargo, inclusive en este estudio, la idea de la obra como algo irreplicable, único, la unidad del aquí y ahora, nunca fue quebrada y esto es lo que Walter Benjamin (1989) en su célebre ensayo, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, va a definir como el aura.

Con la aparición de los medios masivos como la fotografía y el cine se perdió esta noción de aura, y comenzó a carecer de sentido la distinción entre original y copia. Si bien el cine y la fotografía son, hasta nuestros días, básicamente medios de representación de la realidad, estos han perdido el carácter único y cultural que tenían las obras artísticas del pasado (por ejemplo, la pintura y la escultura).

Por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual. La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida. De la placa fotográfica, por ejemplo, son posibles muchas copias; preguntarse por la copia auténtica no tendría sentido alguno. (Benjamin, 1989, p. 27)

Con el advenimiento de la tecnología digital, el aura sufrirá otro revés por el desarrollo de un fenómeno que el filósofo italiano Mario Costa (2005) denominó como *producibilidad*, concepto

que hace una revisión de la tesis de Benjamin (1989) de la *reproducibilidad*. Los medios digitales “no reproducen copias, sino que son originales que se autorepican” (Roncoroni Osio, 2015, p.48) y, por medio de los mecanismos de la inteligencia artificial, pueden “personalizar” sus productos de acuerdo con las características y gustos de un consumidor particular. Uno de los pioneros en el desarrollo de una producción artística bajo esta concepción fue el artista alemán Mario Klingesmann, fenómeno que ahora se ha masificado con la aparición de aplicaciones gratuitas de IA como Midjourney, que permiten la construcción de imágenes únicas al instante y al gusto del usuario.

El *software*, a través de programas de diseño generativo que son capaces de clonar múltiples originales de modo autónomo a través de una *autopoiesis artificial*, puede “producir” obras. Si bien, hablar de creación artificial puede resultar un contrasentido, puesto que el trabajo creativo es propio de los entes naturales, los medios digitales pueden construir simulacros que resultan indistinguibles para la mente humana. Por ejemplo, los chats de inteligencia artificial que pueden simular una conversación al generar preguntas y formular respuestas de acuerdo con diversos contextos. Aunque, obviamente, estos procesos creativos carecen de una dimensión semántica y de una intencionalidad autónoma, condiciones que el filósofo John Searle (1980), en su experimento mental de la habitación china, consideraba como fundamentales para hablar de pensamiento original y comunicación humana.

LA MUERTE DEL AUTOR Y DEL GENIO

Autores como Roland Barthes (1993) y Michel Foucault (1999) hablaron de la muerte del autor en los años sesenta del siglo pasado, desvelaron las características del proceso artístico creativo y señalaron cómo fue históricamente la construcción de la idea de autor y del genio. No es que en la sociedad contemporánea estas concepciones hayan desaparecido, sino que han tenido la misma suerte de las imágenes. La autoría y una supuesta genialidad han comenzado a proliferar de forma incesante: es la era de los prosumidores, todos son productores y algunos llegan a ser calificados como geniales. Obviamente, todo esto se trata de una puesta en escena, un simulacro, puesto que el trabajo creativo de los prosumidores e *influencers*



La lógica del mundo digital ha reconfigurado las categorías estéticas.

se reduce a un simple juego combinatorio.

Bouvard y Pécuchet, esos entrañables personajes de Flaubert (1881/2009), nos han planteado los problemas de la autoría y la creatividad en la sociedad contemporánea (Roncoroni Osio, 2019). Se trata de dos burócratas de un ministerio que se cansan de copiar documentos y quieren embarcarse en la tarea de ser escritores originales, pronto se dan cuenta de que todo ya ha sido escrito e investigado o requiere de demasiada especialización y conocimiento para construir algo diferente. Sin embargo, los personajes de Flaubert eran conscientes de su incapacidad para construir algo nuevo, cosa que no sucede con los artistas posmodernos que consideran el simple juego combinatorio que les brindan las herramientas y aplicaciones digitales como un acto creativo y artístico.

La salida ante esta situación no radica en un trabajo hiperespecializado que cuente con la participación de un sujeto genial. Esto no haría más que incrementar la proliferación de objetos artísticos circulando en la semioesfera, sino en la realización de una producción simbólica que pueda ir más allá del *bios* virtual construido por el capitalismo corporativo. Esto demandaría de los sujetos (hacemos uso del plural, porque todo proceso artístico es un acto de comunicación y comunión entre pares) una disponibilidad a desarrollar aquello que C. S. Peirce denominaba procesos abductivos, “o sea, más allá de la

deducción y de la inducción, en la experiencia humana de disponibilidad hacia lo que aún no es, pero puede ser” (como se cita en Sodré, 1998, p. 134). Esta abducción es una visión profunda, un *act of insight*, como lo denominaba Peirce (como se cita en Sodré, 1998), y constituiría el germen de los procesos creativos. Estos procesos en la producción simbólica contemporánea son necesariamente colectivos. “En este sentido, los medios digitales interactivos podrían facilitar la coparticipación de valores, historias, emociones, conocimientos y herramientas. De esta manera, la creatividad resurge como valor emergente de un sistema” (Roncoroni Osio, 2019, pp. 83-84).

Esta concepción del proceso artístico nos ofrece una síntesis entre las posibilidades del trabajo individual y colectivo, y una estrecha relación entre la producción artística, científica y la reflexión humanística.

EL SUBLIME TECNOLÓGICO

Los teóricos del arte contemporáneo se han reapropiado del viejo concepto kantiano de lo sublime y superaron su acepción original de la experiencia del sujeto ante lo inconmensurable para pasar a abordar más bien lo indeterminado, “el arte debía ser la representación de lo no representable” (Liessmann, 2006), lo que sería difícil de reproducir como los cuadros monocromos de Malevich, que tratan de aprehender lo inefable y busca desligar al arte de la realidad exterior e interior.



La mezcla y la superposición de iconografías es una característica del mundo digital.

Para Mario Costa (2005), el sublime tecnológico hace referencia al esfuerzo conceptual de artistas y académicos por revisar las categorías estéticas, evaluar sus límites y posibilidades, crear nuevos conceptos y, sobre todo, a la realización de este trabajo creativo en un clima de incertidumbre epistemológica producto de los efectos disruptivos de la tecnología digital.

Conforma también la idea de lo sublime tecnológico la ruptura con las nociones de belleza y verdad de la transestética, la carencia de un canon, la distancia entre el conocimiento hiperespecializado y su falta de comprensión por el común de la gente para poder tener una lectura de la realidad (Roncoroni Osio, 2007).

EL FIN DEL ARTE

Esta alianza de saberes junto a los procesos abductivos y el uso intensivo de la tecnología digital hace que nos replanteemos la noción del fin del arte, un concepto clave en la estética moderna. Este concepto no hace referencia al fin de la actividad

artística, sino a la pérdida de su significado. El arte primero dejó de ser una experiencia mítica y religiosa y, luego, en la modernidad, perdió su capacidad de representación de la realidad como efecto de la proliferación de imágenes.

El arte, para algunos autores que han seguido la tradición hegeliana, se ha complejizado en el campo teórico, sobre todo en las vanguardias del siglo XX: cubismo, expresionismo abstracto, surrealismo, suprematismo, arte conceptual, etcétera. El arte pareciera ser una actividad absorbida por el discurso filosófico, cuya producción sensible queda en un segundo plano. Esto, para el filósofo del arte Arthur Danto (1995), es una señal de que la historia del arte ha terminado, siendo este acontecimiento el inicio de un proceso liberador en el cual los artistas dejan de estar sujetos a los dictámenes de una vanguardia en particular y pueden adaptarse, crear, recrear desde diversas corrientes artísticas. Además,

puedes ser un artista abstracto por la mañana, un realista fotográfico por la tarde y un minimalista

mínimo por la noche. O puedes recortar muñecas de papel, o hacer lo que te dé la real gana. Ha llegado la era del pluralismo, es decir ya no importa lo que hagas. ...

El arte siempre tendrá un papel que desempeñar si los artistas así lo desean ... Las instituciones del mundo del arte (galerías, coleccionistas, exposiciones, publicaciones periódicas), que han predicado y señalado lo nuevo a lo largo de la historia, se marchitarán poco a poco. Es difícil predecir lo feliz que nos hará esta felicidad, pero fíjese en cómo ha hecho furor la gastronomía en el tradicional modo de vida americano. En cualquier caso, ha sido un inmenso privilegio haber vivido en la historia. (Danto, 1995, p. 15)

Este fin del arte que Danto homologa con el fin de la historia (Sobrevilla, 2003) no tendría, desde la perspectiva transestética impulsada por el capitalismo hipertecnológico, un “final feliz”; ni siquiera tendría un final (Baudrillard, 1997). Lo que estamos viviendo es un eterno retorno, un simulacro permanente, en el cual puede haber lugar para la emoción, pero no para una transformación evolutiva. Los signos, las obras de arte, las imágenes seguirán circulando *ad infinitum*, totalmente indiferentes a su contenido inicial.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1993). *El susurro del lenguaje*. Más allá de la palabra y la escritura. Ediciones Paidós.
- Baudrillard, J. (1991). *La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos*. Anagrama. https://azcireanimacion.files.wordpress.com/2012/08/ baudrillard-la-transparencia-del-mal_ocr.pdf
- Benjamin, W. (1989). *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Taurus. https://proletarios.org/books/Benjamin-Discursos_interrumpidos_I.pdf
- Brookshear, G. J. (2012). *Introducción a la computación* (11.ª ed.). Pearson education S. A.
- Costa, M. (2005). *Interview with Mario Costa* [Entrevista]. GA2005 Conference Proceeding, Milán, España.
- Danto, A. C. (1995). *El final del arte. En El Paseante* (pp. 28-55). <https://www.ugr.es/~zink/pensa/Danto1984.pdf>
- Deleuze, G. (1990). *Conversaciones 1972-1990*. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. <https://www.philosophia.cl/biblioteca/Deleuze/Deleuze%20-%20Conversaciones.pdf>
- FilosofíaTV. (2015, 27 de marzo). *Grandes ideas de la filosofía, estética* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IUzikReu48o>
- Fishwick, P. A. (2008). *Aesthetic computing*. The MIT Press.
- Foucault, M. (1999). *Entre filosofía y literatura. Obras esenciales I*. Paidós.
- Flaubert, G. (1980). *Bouvard y Pécuchet*. Centro Editor de América Latina. https://ddooss.org/libros/Flaubert_Bouvard_Pcuchet.pdf (obra original publicada en 1881)
- Liessman, K. P. (2006). *Filosofía del arte moderno*. Herder Editorial S.L.
- Ong, W. J, & Hartley, J. (2012). *Orality and literacy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203103258>
- Roncoroni Osio, U. (2007). *La forma emergente: arte y pedagogía en el medio digital*. Universidad de Lima, Fondo Editorial. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10735>
- Roncoroni Osio, U. (2015). *Estética de la complejidad. Después del arte, antes del arte*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Fondo Editorial.
- Roncoroni Osio, U. (2019). *Rutas de escape. Contra el conformismo digital en política, arte y educación*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Roncoroni Osio, U. (2021). *Críticas al arte digital: sustentos y límites teóricos*. Artnodes, (28). <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i28.385861>
- Sobrevilla, D. (2003). Hegel, Danto y la tesis del final del arte. En *Diálogos* (vol. 81, pp. 379-396). Universidad de Lima, Fondo Editorial. <http://smjegupr.net/newsite/wp-content/uploads/2018/05/18-David-Sobrevilla-Hegel-Danto-y-la-tesis-del-final-del-arte-1.pdf>
- Sodré, M. (2012). *Comunicación: la ciencia y lo sensible*. Ediciones Alfar.
- Sodré, M. (1998). *Reinventando la cultura. Comunicación y sus productos*. Gedisa.