

El mar ignoto de la cultura en Internet

■ **Moraima Guanipa**

No le faltó razón al padre de Microsoft en su vaticinio. Hoy, a un poco más de un lustro de su popularización, Internet es parte de la cotidianidad de millones de personas en todo el mundo. Su onda expansiva, su capacidad para penetrar la vida cotidiana como un servicio básico de telecomunicación, ha llevado a la red a dimensiones insospechadas. Hablar de Internet es referirse a cifras que exceden cualquier intento de racionalidad o medida, pero ya adelantan los caminos que toma el medio: el estimado de 30 a 60 millones de usuarios diarios de la Internet la utilizan, en orden de preferencia, para los servicios de: mensajería electrónica (e-mails), mercados (compra-venta) y entretenimiento (videos, juegos).

En una pesquisa apurada en Altavista, uno de los más populares buscadores en la red, en la que combinamos las palabras «arte» e «Internet», encontramos 2 mil 526 páginas, cuyos temas van desde «El entierro del Conde de Orgaz» y la pintura de Marc Chagall, hasta versiones electrónicas de exposiciones como la ambiciosa muestra que el Museo Withney de Nueva York le dedicara el año pasado al siglo XX americano. Desde «El museo de las 24 horas» (map. telecom), un museo virtual con enlaces a una lista de 3 mil museos de Gran Bretaña y el Reino Unido, hasta la página dedicada al pintor Salvador Dalí (Dalifirm.com), que incluye (no faltaba más para quien en vida recibió la despectiva acusación de André Breton de ser «Avida Dollar») una tienda virtual: Dalishop.

La primera lectura de este dato azaroso, bien puede colocarnos frente a la evidencia de que Internet ha sido terreno propicio y fértil para el arte y la cultura. No es gratuito el hecho de que los museos figuraron entre los primeros en asumir la tecnología del CD-Rom como instrumento para la divulgación de su patrimonio y de sus obras de arte, otro tanto hicieron con la explosión informática que desde hace apenas un lustro significó la popularización de Internet en el mundo.

La red de redes, calificada de infinita por sus optimistas cultores, se abrió como un espacio de posibilidades para la difusión y la libre circulación de información de todo tipo, incluyendo lo relacionado con el arte y la cultura. Criatura nacida de los laboratorios de la Guerra Fría en los años 60¹, Internet es en sí mismo un hecho de cultura, un fenómeno cultural y

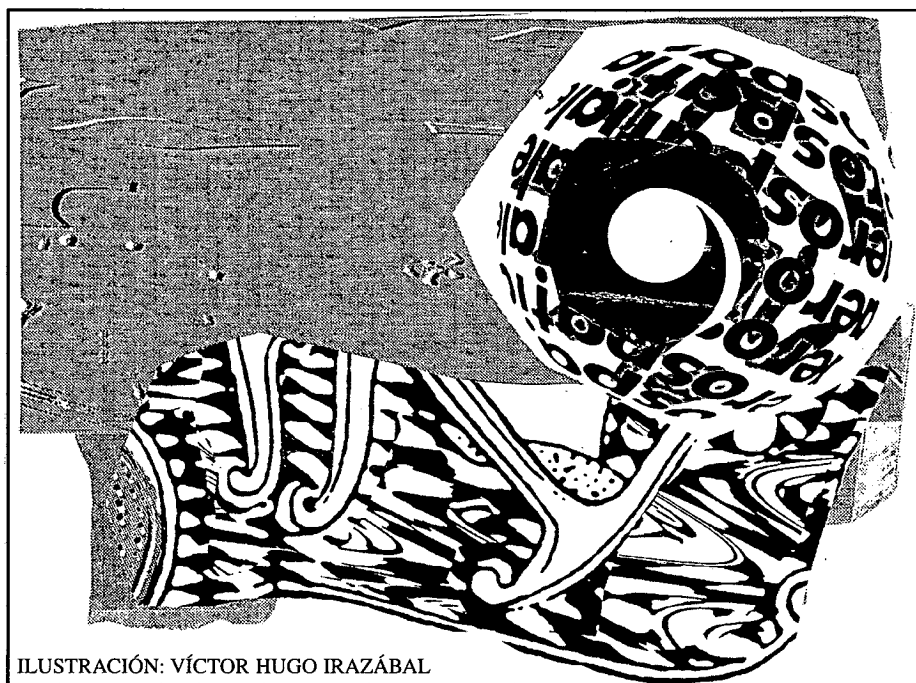


ILUSTRACIÓN: VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL

su vertiginosa expansión en una «telaraña», en la que se conectan diariamente más de 60 millones de personas en todo el mundo, está cambiando las tradicionales formas de comunicación conocidas hasta el presente. Ya lo anunciaba un eufórico Bill Gates en 1995: «Esta red será algo más que un objeto que portamos o un dispositivo que comprimimos. Será nuestro pasaporte para un modo de vida nuevo y mediático» (Armañanzas, 1995: 22).

No le faltó razón al padre de Microsoft en su vaticinio. Hoy, a un poco más de un lustro de su popularización, Internet es parte de la cotidianidad de millones de personas en todo el mundo. Su onda expansiva, su capacidad para penetrar la vida cotidiana como un servicio básico de telecomunicación, ha llevado a la red a dimensiones insospechadas. Hablar de Internet es referirse a cifras que exceden cualquier intento de racionalidad o mesura, pero ya adelantan los caminos que toma el medio: el estimado de 30 a 60 millones de usuarios diarios de la Internet la utilizan, en orden de preferencia, para los servicios de: mensajería electrónica (e-mails), mercados (compra-venta) y entretenimiento (videos, juegos).

La explosión de servicios on-line impulsó una diversificación de las posibilidades de circulación de mensajes de diverso tipo, así como una feroz explotación mercantil a través de la red, con sistemas de mercadeo electrónico, cuyas ventas (Ramírez, 2000: 32) en sólo un año pasaron de los 26 mil millones de dólares en 1997, a 70 mil millones de dólares en 1998, un crecimiento que tocó también a las industrias culturales, como el libro, el video, la música, entre otras. Basta recordar que iniciativas como la librería virtual Amazon.com en 1997 vendió 148 millones de dólares y en la actualidad ocupa el quinto lugar en ventas de librerías en Estados Unidos. Esta expansión del comercio electrónico ha llevado a especialistas en el área como el mexicano Miguel Angel Ramírez (1999), a afirmar que vivimos un acelerado proceso de transición hacia una economía basada en la información y en el conocimiento.

¿Cuál es el carácter de esta nueva realidad cultural, de esta «telépolis» cuya primera gran calle pública es Internet, a decir de Javier Echeverría (1998)? ¿Cómo

está cambiando nuestro imaginario cultural esta «cyber» revolución teleinformática? ¿Qué destino tendrán los nuevos espacios abiertos para la cultura y la divulgación del saber, en un universo que como el de Internet, básicamente es utilizado para correos electrónicos, pornografía y compras on -line?

Nunca como con Internet, el individuo del presente puede sentirse «conectado» a los otros en la «aldea global», ni nunca como en el presente, el «vale todo» posmoderno se impone como marca de origen para un medio como Internet. En la red podemos acceder a los datos más insólitos e inesperados, desde la monumental biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, hasta la información actualizada de nuestra cuenta bancaria.

Pero, es quizás esta capacidad omnívora y omnívoda la que también introduce dudas, siembra inquietud y obliga a prestar atención antes de rendirnos entusiastas frente a las bondades de la red. Bien lo advirtió el investigador de la comunicación venezolano, Antonio Pasquali: «la red permite igualmente otras navegaciones: en océanos de intrascendencias y de información-basura, en pornografías generalmente más tristes que las vidrieras del barrio rojo de Amsterdam, o entre los filosos colmillos de gente ansiosa de vendernos algo y de grabar en su disco duro el número de nuestra tarjeta de crédito. En ella hay de todo como en la vida, se dice. Pero un «todo», como veremos, más pilotado que espontáneo, y que nos está planteando algunas de las más graves interrogantes morales, educativas, económicas y jurídicas de nuestra época» (Pasquali, 1997: 1-15).

ARTE, INMATERIALIDAD Y DIVERSIDAD EN LA RED

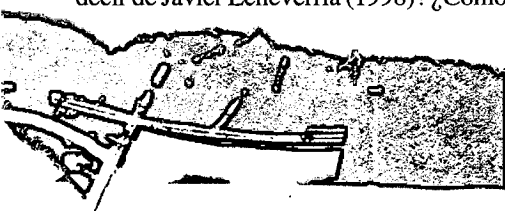
¿Qué papel juegan el arte y la cultura en ese universo comunicacional en expansión que es la Internet? La interrogante se dilata de la misma forma en que se amplían los horizontes para la red. Decíamos al comienzo de estas líneas que uno de los espacios que tomó posesión de la red fueron el arte y la cultura. En la infinidad de sites que se ofrecen en la actualidad, encontramos una multiplicidad de sitios web, de direcciones que hablan del uso intensivo que hacen de Internet instituciones, artistas, creadores, empresas vinculadas con la cultura y con las artes en sus distintas manifestaciones.

En un número casi infinito, a la manera de una biblioteca imposible en su multiplicidad, como lo anticipó Jorge Luis Borges en su relato «La Biblioteca de Babel», la red se muestra como una sucesión de direcciones dedicadas a la discusión, el debate, la reflexión, la difusión de las más insólitas, disímiles y variadas proposiciones de las artes y las culturas en plural. Porque es de pluralidad, de infinita pluralidad de la que hablamos cuando penetramos en los territorios culturales de Internet.

La posibilidad de integración de imagen, texto y sonido, así como su potencial para ofrecer, por vía del hipertexto, enlaces directos a temas derivados del principal, el uso de los recursos que ofrecía la web no fueron desaprovechados ni ignorados por quienes desde la orilla de la cultura, intentaron abrirse su propio espacio.

Como han apuntado algunos artistas y especialistas en artes visuales, además de servir como un medio global para la divulgación de las artes (a través de páginas de artistas, revistas especializadas, museos y galerías virtuales, bases de datos, entre otros), Internet está gestando nuevas formas de arte. De hecho, estas nuevas experiencias de utilización de los recursos de la digitalización y de la imagen virtual, han llevado a algunos creadores a autodefinirse como «netartistas» o «networkers», en inglés, quienes no se contentan con utilizar la Internet como medio para difundir y promover su trabajo, sino que asumen las posibilidades de convertir ese universo digital en «objeto artístico», en palabras de Elías Adasme.

En su texto, *La desmaterialización de la obra de arte en la Internet*, Adasme asoma una posibilidad radicalmente nueva para la obra de arte: ser inmaterial, existir en la memoria del computador, con lo cual se rompe la tradicional idea de la obra como «objeto». Y si no es material, tangible, luego no puede comercializarse ni convertirse en potencial objeto de valor. Para Adasme: (...) «se torna insoslayable el explorar el potencial crítico que el medio ofrece sobre la noción de arte. Este potencial no tiene que ver con despliegues de virtuosismo técnico, ni con experimentaciones formales. Tiene que ver con la ampliación de espacios alternativos donde la obra de arte, liberada ya de su materialidad, reivindique plenamente su verdadera función social como lenguaje. Y si el lenguaje está hecho para comunicarnos, entonces el arte debe de asumir su ineludible función de agente comunicador».



No son pocos los artistas que vienen penetrando estos territorios de la experimentación en la web o en las tecnologías de la digitalización y lo hacen sin prejuicios, pero sin ingenuidad. Así como ayer experimentaron con los objetos cotidianos, con el fax, con el video, hoy lo hacen con la Internet y las telecomunicaciones. ¿Acaso el medio seguirá determinando el mensaje, como lo vaticinó McLuhan? ¿No habrá que plantearse ir más allá del medio para volver a recentrar la mirada en lo esencial del arte: su capacidad para comunicar, para entrar en relación con los otros y para interrogar sobre nuestro lugar en el mundo? Es en esta perspectiva en la que se ubican reflexiones como las del videoartista Bill Viola: «El arte de los medios de comunicación de masas, dado que tiene a su disposición las nuevas tecnologías del tiempo y de la imagen, goza de una especial capacidad para hablar directamente con el lenguaje de nuestro tiempo; pero como arte tiene un poder más grande aún para formular las preguntas y misterios más profundos de la condición humana. Ese es el reto que tiene ante sí el arte de los media en el cambio de siglo y en el paso al siguiente milenio» (Viola, 1995: 103).

DIVERSIDAD Y DISPERSIÓN EN LA WEB

El alcance mundial de la red y sus posibilidades todavía inexploradas ofrecen un atractivo nada desdeñable para quienes, como es el caso de los artistas plásticos, andan en busca de nuevas experimentaciones y nuevas reflexiones sobre el arte de su tiempo.

Tampoco es casual la diseminación de sitios web dedicados a las artes y a las culturas en sus más diversos sentidos. Según refieren Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996), la mayoría de las revistas electrónicas en España son culturales. Esto incluye tanto a las revistas literarias que pasan a la web sus versiones impresas, como las especialmente creadas para el formato digital. Para los autores de *El periodismo electrónico*, «la popularización de las herramientas informáticas y lo que eso supone en el descenso de los costes al no existir necesidad de imprimir el resultado - basta con ponerlo en un servidor a disposición de todo el mundo - ha hecho de las redes telemáticas, sobre todo de la muy democrática Internet, campo abonado para experiencias de tipo cultural y vanguardista. Es de prever que, por tanto, el de las publicaciones culturales - e incluso las contraculturales - sea un

sector en crecimiento dentro del periodismo electrónico» (Armañanzas, 1996: 159).

A pesar de los costos que en nuestros países tienen todas las tecnologías digitales, la puesta en marcha de un proyecto editorial electrónico resulta relativamente menos oneroso a la larga que el producto en papel y sus inevitables inversiones en los procesos de impresión, edición y distribución. Por otra parte, la dinámica de producción de un medio electrónico, con sus nuevos perfiles laborales y sus ventajas en términos de accesibilidad e inmediatez, le han procurado un entusiasta proceso de multiplicación de nuevas publicaciones electrónicas, donde la cultura y las artes también han encontrado cobijo.

Y ciertamente que el número de páginas dedicadas a la creación, la cultura y las artes resulta ilimitado en Internet, si nos atenemos a buscadores tan populares como Yahoo!, en cuyo directorio encontramos registradas 9.224 páginas sobre artes visuales, 26 de crítica y teoría, 2.655 sobre artistas, 884 sobre museos, galerías y centros de arte.

Una sola de estas páginas: Ars Electrónica Center² es una suerte de gran centro virtual que mediante sus enlaces pone en contacto al visitante con las web de museos mundialmente famosos como el MOMA de Nueva York, el Louvre de París, pero también con experiencias novedosas en materia de recursos digitales, como la digitalización de obras realizadas exclusivamente para el formato de la computadora por el artista Abbé Dozal. Otro tanto ocurre con la presencia de un verdadero museo virtual en Uruguay³, donde sus promotores, en lugar de desvelarse por obtener 14 millones de dólares para la construcción de su sede, se dieron a la tarea de convocar a cuatro arquitectos que diseñaran los 6 pisos de este «museo imposible», donde el usuario puede moverse por sus espacios y visitar sus exposiciones, una de las cuales estaba dedicada al pintor Pedro Figari.

Si apelamos a los buscadores nacionales, la diversidad será proporcional a nuestros modestos desarrollos informáticos, pero significativa tomando en cuenta que en Venezuela contamos con cerca de 600 mil usuarios de Internet (revista *Miradas*, 2000). Tanto Chévere como Auyantepui ofrecen enlaces con home-pages que incluyen temas tan diversos como fotografía, folklore, artesanías, galerías y museos, pintores, danza, asociaciones y fundaciones y paremos de contar.

Un paseo por estos buscadores nos

llevará a insólitos lugares incluidos dentro de los apartados de «artes y humanidades» (chévere.com) y «arte y cultura» (auyantepui.com), que hablan a las claras de criterios poco claros y, en ocasiones, nada ortodoxos cuando de cultura y arte se refiere. Por ejemplo, en chévere.com aparece el ítem: «modelos» y, en efecto de eso se trata, de una suerte de clasificados virtuales en las que se ofrecen agencias de modelaje y modelos con nombres tan llamativos como «Fashionven; «Chica selvática» y «Coolmodelos», por sólo mencionar a tres.

El buscador Auyantepui brinda otro tanto de azarosa dispersión. En sus aguas es necesario navegar con cautela, dado que podemos encontrar en la sección de páginas de «Arte y cultura», y su enlace con las de «Artistas», a pintores como Francisco Bugallo, Braulio Salazar, Carlos Poveda, Carlos Quintana, Diego Barboza, pero también unos artistas (¿plásticos?) como Laura Pausini y los Hermanos Primera. Y si nos vamos por las páginas reunidas en «Literatura» nos toparemos con páginas personales de poetas y escritores tanto nacionales como extranjeros, con home-page dedicados a la poesía y a la literatura en general, además de otras dedicadas a los libros de Og Mandino o a la Logia Masónica de Anaco. ¡Cuán amplia puede ser la viña de Internet!.

NAVEGAR A RIESGO

Con estos comentarios quiero advertir sobre uno de los problemas que enfrentamos los usuarios de la red a la hora de navegar en ella: la dispersión caótica. Quien navegue por estas aguas debe llevar claros objetivos de navegación, so riesgo de perder la paciencia y el sueldo en su labor de surfista novato.

Otra limitante viene dada a partir de esa amplitud de la web y de su carácter global. ¿Cómo difundir y dar a conocer la existencia de una página web en un universo de millones de páginas conectadas a millones de servidores?. ¿Cómo hacer para que los mensajes no se mantengan suspendidos en el espacio inmaterial de Internet, sin posibilidad de respuesta, de feedback? No obstante, y en descargo de la red, es justo señalar que su interactividad hace posible una mayor y más rápida relación entre emisores y receptores (uso de correo de voz, de correos electrónicos, consultas en línea, chats, entre otros mecanismos). El poder ya no será sólo del emisor ni éste se verá

sometido al sordo esfuerzo de escribir para que nadie le escriba.

La protección de los derechos de autor es otro de los problemas a los que se enfrenta la creación artística e intelectual lanzada al universo del «cyber espacio». ¿Qué pasa con los derechos de autor de un pintor o de un escritor en estos casos? Dado que la información de las páginas puede ser reproducida de manera ilimitada, el saqueo intelectual es otro de los dolores de cabeza a la hora de pensar en la creación de una página web o en la difusión de mensajes por esta vía. Incluso, este aspecto ha sido uno de los más debatidos en el plano internacional, especialmente en los países europeos.

Pese a que el uso y popularización de Internet es reciente en nuestro país, sería conveniente conocer los perfiles de los usuarios, como una manera de medir permanentemente el impacto de los mensajes que se difunden. Esto no es una herramienta sólo para quienes hacen de la red una fuente de negocios, sino también para quienes aspiran a instalarse con sus imágenes, sus composiciones, sus voces, sus palabras en la web.

No basta estar en la red. La cultura y las artes no pueden contentarse con penetrar la «telépolis» electrónica, si no mantienen un papel más activo que las ponga a salvo de la marginación general a la que han sido sometidas por lo industrial masivo. Por eso es necesario desarrollar una labor permanente y si se quiere pionera en la búsqueda de nuevas formas de acercamiento con los potenciales usuarios, conocer a ese «otro» al que enviamos los mensajes, ¿qué piensa?, ¿cuáles son sus interrogantes?, ¿cuáles son sus inquietudes? Incluso, más lejos todavía, deberíamos reflexionar y pensar el papel que le toca jugar a los creadores y a las instituciones culturales en un mundo cada vez más marcado por la informatización y los medios electrónicos. Tendríamos que anticiparnos al reto que supone formar consumidores de cultura en el «cyber» espacio.

Una investigación cuantitativa realizada en una muestra de 400 personas del Área Metropolitana de Caracas, por el departamento de Investigaciones de la firma JMC/Y&R, bajo la coordinación de Albert Soares (revista *Miradas*, 2000), indagó sobre las preferencias del cybernauta venezolano en cuanto a las principales actividades de búsqueda, indicó que en primer lugar está el uso del correo electrónico (84%), seguido, en orden de preferencia por navegar libremente (49%), infor-

mación para el trabajo (46%), chats (29%), información de estudios (25%), música y videos (22%). Sobre el tipo de páginas más visitadas, arrojó que éstos buscan, en orden de preferencia: portales generales (51%), servicios de correo electrónico (35%), información sobre cine/TV y Cómics (19%) y académicas y bibliotecas.

Esto supone combinar información y reflexiones sobre el campo específico de lo cultural en el que trabajemos, con las posibilidades de prestar servicios que resulten de interés para el usuario: chats orientados a temas culturales o artísticos, accesos a correos electrónicos, bancos de datos actualizados, posibilidades de enlaces con otras páginas, concursos, consultas en línea e incluso compras. Tendríamos que explorar nuevas posibilidades de asociación con otros sitios similares, para ganar nuevos enlaces.

Pero quizás uno de los principales obstáculos que se presenta a futuro para una mayor apertura en el uso de Internet en nuestro país radique en la imposibilidad de acceso a esta tecnología por parte del grueso de la población, sometida a un empobrecimiento creciente en las últimas décadas. Esta vulnerabilidad y desnivel se reproduce en el plano internacional, cuando los países latinoamericanos se encuentran a distancias abismales con relación a las metrópolis en cuanto al uso y aprovechamiento masivo de tecnologías comunicacionales de punta (García Canclini (1996: 32).

En este sentido, es conveniente tener presente lo apuntado por Francis Pisani: «El futuro muestra distintos rostros, según si miramos desde Silicon Valley o la Africa subsahariana. Sin embargo, el cambio es ineludible, incluso si no llega a los distintos puntos de la misma forma y jamás a la misma velocidad. Sin duda, el verdadero desafío consiste en establecer puentes entre globalización y diversidad. La aldea global lanzada por McLuhan es vista con ojos cada vez peores por aquellos que habitan lejos del centro. Uno se siente tentado a ver ese planeta abierto y multilingüe como una diáspora más que como una aldea. Vale decir, como una red de gente con algo en común y muchísimas diferencias» (Pisani, 1998).

Hablar de la cultura en este contexto, en el que a veces es difícil diferenciar globalización de «americanización» (García Canclini, 1996) obliga, como sostiene Marcelino Bisbal, a una «mirada comunicacional» (1999) sobre lo masivo industrial, que en este caso toca las puertas a razón de 56 mil baudios por segundo. Es necesario mirar esas nuevas realidades sin prejuicios,

e introducir cual Caballo de Troya a la cultura por las aguas ruidosas, y no menos riesgosas de la web. Esta es una opción más difícil pero más enriquecedora que volver al margen quieto de esa orilla que hasta ahora se bastó a sí misma, pero que requiere con urgencia de interlocutores, de esos otros con quienes dialogar para afirmarse o negarse □

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADASME, Elías (s/f). *La desmaterialización de la obra de arte en la Internet*. Internet: http://www.mav.cl/canalculat/pagina_de/adasme/index.html
- ARMAÑANZAS, Emy y otros (1996). *El periodismo electrónico*. Barcelona-España: Editorial Ariel.
- BISBAL, Marcelino (1999). «Más allá de las industrias culturales o la fascinación por lo massmediático». En: *Industria cultural*. Caracas. Litterae Editores. Pp.55-80.
- ECHEVERRÍA, Javier (1998). *Internet y periodismo electrónico*. Internet: <http://www.sala.deprensa.org/art08.html>
- EL NACIONAL (1999). «Las nuevas potencias de Internet». En: *The Wall Street Journal Américas*. Caracas, 12 de diciembre.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor (1996). «Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México». En: *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas. Editorial Nueva Sociedad. Pp. 13-40.
- PASQUALI, Antonio (1997). «Internet: sí, pero...». En: *El Universal*. Caracas, 22 de diciembre, p.1-15.
- PISANI, Francis (1998). *Conectando la diáspora de Babel*. Internet: <http://www.investigacion.org.mx/lared/dic97ene98/columna.html>
- RAMÍREZ, Miguel Angel (2000). «El comercio electrónico ¿Una revolución?». En: *Miradas*, JMC/Y&R. Caracas. N° 9-10. Pp. 32-41.
- REVISTA MIRADAS (2000). *Pliego Investigativo Leyendo entre las líneas del correo electrónico*. JMC/Y&R. Caracas. N° 9-10.
- TERRERO, Patricia (1999). «Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada». En: G. SUNKEL (coord.): *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá. Convenio Andrés Bello.
- VIOLA, Bill (1995). «Entre el cómo y el por qué». En: *Revista El Paseante*. Ediciones Siruela. N° 23-25. Pp. 96-103.

NOTAS

- 1 Desde finales de los años 60 se investiga en redes. Internet tiene su origen en una necesidad militar: la necesidad de una red de información a prueba de eventuales ataques nucleares, y su desarrollo guarda relación con la creación de Arpanet, una red que conectó a diversas universidades de EEUU. La difusión de Internet como servicio y red de redes a nivel mundial comenzó en 1995.
- 2 La dirección de Ars Electrónica Center es: <http://www.aec.al/meme/symp/>
- 3 La dirección electrónica del Museo Virtual de Arte *El País* es: www.diarioelpais.com/mvpa/