

ELENA LÓPEZ MARTÍN

Doctoranda en la Universidad de Murcia
Miembro del grupo de investigación API
elena.lopez5@um.es

BORJA MORGADO AGUIRRE

Profesor contratado Doctor en la Universidad de Murcia
Departamento de Bellas Artes
morgado@um.es

Estrategias **artísticas** del videoarte y otras imágenes móviles en la **cibercultura** del siglo XXI

El caso de un Youtube intervenido e interventor

vol 9 / Dic.2013 163-178 pp Recibido: 25-09-2013 - revisado 06-10-2013 - aceptado: 15-11-2013

Arte y políticas de identidad

© Copyright 2012: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. Murcia (España)
ISSN edición impresa: 1889-979X. ISSN edición web (<http://revistas.um.es/api>): 1989-8452

ARTISTIC STRATEGIES OF VIDEO ART AND OTHER MOVING IMAGES IN THE CYBERCULTURE OF THE XXI CENTURY YOUTUBE AS A SPACE TO BE INTERVENED AND THAT INTERVENES

ABSTRACT

This article provides a context to the introduction to the art of the moving images on the Net, focusing its analysis on the interaction of such artistic practice with Youtube, space that is in itself a revolution in the media of disseminating audio-visual material. Its features 2.0 have not only enhanced some experiences undertaken by the offline art of the Neo avant-garde movements, but have also generated new ways of spreading and producing art, establishing significant changes in the so-called “expanded time” of audio-visual productions and providing new artistic reflection fields.

Keywords

Art, moving images, video art, television, Internet, Youtube

RESUMEN

El presente artículo contextualiza la introducción del arte de las imágenes móviles en la Red, centrandó su análisis en la interacción de dicha práctica artística con Youtube, espacio que ha supuesto una revolución histórica en los medios de difusión de material audiovisual. Las características de esta herramienta 2.0 no solo han permitido potenciar algunas experiencias iniciadas en el arte *offline* de las Neovanguardias, sino que consideramos ha generado nuevas formas de difundir y producir arte, llegando a establecer cambios significativos en el denominado “tiempo expandido” de las producciones audiovisuales y abriendo nuevos campos de reflexión artística.

Palabras Clave

Arte, imágenes móviles, videoarte, televisión, Internet, Youtube

1 INTRODUCCIÓN

La aparición de la televisión y el dispositivo pantalla (televisor) supuso un punto de inflexión en la experimentación artística con las imágenes móviles iniciada en la primera mitad del siglo XX, abriendo un fecundo campo de investigación teórico que ha dado lugar a numerosos estudios centrados en la utilización de dichas imágenes a partir de los años 50. Sin duda, parte de la teorización desarrollada al respecto se debe a que el videoarte, pese a sus inicios como práctica marginal en la década de 1960, ha acabado obteniendo una legitimidad en los circuitos del arte institucionalizado, no siendo identificado y analizado simplemente por las herramientas que lo posibilitan, sino por determinadas cualidades conceptuales.

Con la aparición de un Internet accesible en la década de 1990¹, la práctica artística vio aumentadas sus posibilidades, de las que no quedaron al margen las imágenes móviles, cuyas estrategias anteriormente empleadas para el aparato televisivo empezaron a utilizarse en el nuevo espacio digital de la Red.

El presente estudio pretende analizar las imágenes en movimiento más allá de su relación con la televisión, como hasta ahora se ha venido haciendo de forma habitual. Si bien consideramos esencial establecer, en un primer momento, algunas comparaciones entre los comportamientos del arte de dichas imágenes en los dos medios de comunicación que han revolucionado los hogares del último siglo, nuestro principal objetivo es centrarnos en la relación entre las imágenes móviles y Youtube, beneficiándonos de la perspectiva adquirida tras ocho años de coexistencia. No se trata, en ningún caso, de centrarse en un análisis superficial de Youtube como mero utensilio para la difusión del videoarte, cine experimental u otras prácticas relacionadas con las imágenes en movimiento, sino de averiguar si dicho espacio ha introducido o no nuevas formas, herramientas y/o discursos en estas prácticas.

2 CONTEXTUALIZACIÓN: ARTE DE LAS IMÁGENES MÓVILES, TELEVISIÓN E INTERNET

Tras la Segunda Guerra Mundial, la industria de la televisión fue erigida como herramienta del poder político con el fin de llegar, de forma generalizada, a un público que debía considerarla un espacio consagrado a la verdad informativa y al entretenimiento, a través de una nueva cultura de masas hipnótica focalizada en la fama y la belleza. Más de cinco décadas después, estos aspectos que hacían de la famosa expresión “Visto en TV” un sello de garantía acerca de lo que se estaba presentando, aún no han sido erradicados en todos los sectores de la población. De hecho, hoy no nos sorprende la publicidad que introduce como elemento de persuasión el número de visitas que ha recibido un producto en Youtube. Tanto en la televisión como en Internet se promueve la necesidad de un producto que deja de basarse en sus aspectos cualitativos para centrarse en el medio en el que se anuncia y/o su número de espectadores (es decir, en este último caso, un marcador cuantitativo).

En el panorama artístico norteamericano y europeo de la segunda mitad del siglo XX, surgió el movimiento de las Neovanguardias como reacción al formalismo americano promovido por Clement Greenberg que pretendía una definición de obra de arte independiente de lo social y como experiencia exclusivamente visual. Las Neovanguardias, tributarias de un contexto de apogeo tecnológico y comunicacional, aludieron, en una multitud de sus manifestaciones,

a la sociedad industrial en la que estaban inmersas, ya fuera criticándola, defendiéndola o como mero utensilio para la fabricación de obras. Tras el lanzamiento del primer grabador de vídeo doméstico CV 2000 de la marca comercial Sony (1965), Nam June Paik, pieza clave en el movimiento Fluxus que ha basado gran parte de su discurso en el aparato televisivo, produjo las que se han considerado las primeras obras de videoarte abriendo un nuevo campo de experimentación artística. A la hora de enfrentarse a las imágenes móviles en el contexto televisivo, los artistas argumentaron diversas motivaciones: militantismo político, narcisismo, difusión de obras, etc. (Parfait, 2001). De ello resultó un amplio y rico abanico de producciones. Sus estrategias variaron de la utilización de la televisión para realizar programas experimentales de residencias artísticas (gracias, por ejemplo, a las subvenciones de la fundación Rockefeller en 1967), pasando por la infiltración de piezas en la programación de las televisiones comerciales (por ejemplo Chris Burden en la performance *Through the Night Softly*, 1973), o por el contrario, con la intención de romper los ritmos de la programación tan meticulosamente planificada (Bill Viola con *Reverse Television - Portraits of Viewers*, 1983), entre muchas otras.

En lo que concierne al militantismo político, cabe destacar el movimiento Guerrilla Television de los años 60 y principios de los 70, que criticaba el poder mediático de la televisión a través de activistas del vídeo y de la estrategia de la contrainformación (Tejeda, 2006). Sin embargo, este movimiento se diluyó quizás con demasiada rapidez viéndose afectado por el desarrollo de su principal herramienta de producción que “pasó de ser una rareza, a ser una novedad y finalmente a ser algo trivial” y por tanto, como afirma Deirdre Boyle (1997): “Así, de la noche a la mañana, la capacidad de Guerrilla Television para desafiar lo establecido se vio mermada” (p.190).

Tras la introducción del arte en la televisión, las prácticas artísticas fueron integrando en su actividad otros medios de comunicación electrónicos como el teléfono, el fax y los satélites. De igual modo ocurrió con los ordenadores como ilustra la exposición *Cybernetic Serendipity*, inaugurada en 1968 en el Instituto de Arte Contemporáneo de Londres, en la que se ponían de relieve las relaciones entre el arte y las computadoras de entonces (Carrillo, 2004). Poco después, con el nacimiento de Internet, los artistas adoptaron inicialmente una actitud optimista considerando esta nueva red global como un medio por explorar, aún autónomo, ajeno a la esfera política y a los intereses privados que inundaban otros medios como la radio y la televisión (Giannetti, 2002). Este experimental arte de Internet -o Net.art- surgió como una corriente radical partidaria de reformas extremas en el arte, especialmente en sentido democrático, promulgando un arte anti institucional y anti comercial.

Sin embargo, cabe destacar que, de la misma forma que Guerrilla Television acabó siendo absorbido por el desarrollo de las tecnologías y la continua expansión del poder en los medios de comunicación, a veinte años vista del radicalismo del Net.art primigenio, podemos afirmar que el activismo militante en Internet se ha visto en su mayoría diluido en un medio que actualmente “se perfila como uno de los mayores bastiones del poder espectacular” (Baigorri, 1998, p.2) y que, al igual que el vídeo en la década de los 70, se ha convertido en algo popular y cotidiano.

Indudablemente, tanto para los artistas defensores como los detractores de ambos gigantes de la comunicación, el argumento que los llevó a estudiar las posibilidades del arte en la televisión es el mismo que les lleva ahora a trabajar en la Red, y es que la televisión, en su día, e Internet, en la actualidad, constituyen el verdadero soporte de la imagen de la segunda mitad del siglo XX y el siglo XXI respectivamente.

Por ello, no es de extrañar que ambos medios compartan similares estrategias artísticas y experiencias. Ambos medios, por ejemplo, han trabajado con proyectos interactivos. Lo que en el contexto de la televisión fueron piezas más bien poco numerosas que flirteaban con la posibilidad de que el espectador fuese quién llevase a cabo la obra a través de unas herramientas escogidas por el artista (por ejemplo, *Mobil TV* de Pierre Huyghe, 1995), en el Net.art, y debido a las características del medio, este tipo de interacción se ha visto generalizado. Anteriormente a la desradicalización de esta práctica, sus primeros manifestos defendieron un Net.art siempre inacabado y mutable, cuyo proceso de construcción por parte del usuario fuese realmente la obra.

Asimismo, encontramos otro paralelismo en los programas *Artists in Residences* que daban la oportunidad a artistas de realizar programas experimentales en la cadena televisiva WGBH (gracias a las ya mencionadas subvenciones de la fundación Rockefeller) y que no distan demasiado de la propuesta coordinada por el Brooklyn Museum (2008 - 2010) para la que se invitaba o seleccionaba por concurrencia pública a un artista cada mes, que quedaba a cargo de la cuenta de Twitter **@1stfans** y a través de la cual tenía que producir contenidos artísticos en la Red (López Martín, 2012).

Ciertamente, las numerosas analogías entre estos medios son el resultado de un fenómeno que queda reflejado en la siguiente predicción de José Luis Brea (2002):

Cada medio realiza la ley del que le precede [...]. Internet es el lugar mismo en que la actual se apoya para autodefinirse como “sociedad del conocimiento”, sociedad del capitalismo cultural. [...] Dicho de otra manera: que internet se televisice, se someta a las lógicas del medio de comunicación de masas, parece, ciertamente, su más inmediato futuro [...] (pp. 126-127).

En contraposición a este proceso de *espectacularización* de Internet, Brea (2002) teorizó acerca del concepto “era postmedia” en la que los medios de comunicación de masas dejarían de representar los intereses de los órganos de poder políticos y la industria para favorecer su uso como instrumento social de disensión y activismo cultural y político.

3 IMÁGENES EN MOVIMIENTO E INTERNET. YOUTUBE COMO HERRAMIENTA EN LA PRÁCTICA ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA

Una vez empezaron a producirse manifestaciones artísticas en la Red, no fue de extrañar que el arte de las imágenes móviles se adaptase e infiltrase igualmente en ésta. Al fin y al cabo los monitores de televisión y los de los ordenadores comparten diversos aspectos: ambos son ya un objeto-mueble que ocupa un lugar en la mayoría de los hogares; ambos, ante la mirada de sus espectadores-usuarios, enmarcan en sus pantallas un espacio virtual de información audiovisual; ambos nos ofrecen distintas rutas mediante el zapping o la navegación *online* por diferentes direcciones URL. No obstante, cabe destacar que el ordenador tiene un poder de atracción hacia el usuario basado, no tanto en el uso hipnótico que se puede hacer de él y que fomenta la televisión², sino en la cercanía del sujeto con la pantalla, en el contacto directo con sus teclas y otras “prótesis tecnocientíficas” (Echevarría, 1999), en el hecho de constituir una herramienta propia donde volcamos trabajo, donde establecemos relaciones con otros usuarios, donde lo personal, que no lo íntimo, abunda.

Adentrémonos, a continuación, en la estructura de la Red para poder entender cómo se integran y comportan ciertas obras de imágenes móviles en dicho espacio. En 1965, la palabra “hipertexto” fue acuñada por primera vez por el investigador Ted Nelson que la definió como: “Cuerpo de material escrito o pictórico interconectado en una forma compleja que no puede ser representado en forma conveniente haciendo uso de papel” (Bianchini, 1999, p.1). Todas las estructuras informacionales a través de redes de ordenadores que se diseñaron y crearon a posteriori se basaron en este modelo organizativo en el que el usuario puede generar, modificar y compartir enlaces entre los diversos archivos pertenecientes a la Red digital. Sin duda, este nuevo sistema de ordenación revoluciona el concepto de zapping. El usuario no sólo puede visitar los distintos canales/direcciones URL, sino que su papel se activa formando parte del ritmo informacional y por tanto distanciándose de la pasividad a la que nos somete la televisión.

Desde los inicios del Net.art, se defendió que la arquitectura hipertextual del medio fuese un elemento determinante para la construcción del significado de las obras. Por ello, se desarrollaron numerosas piezas basándose en una estructura hipertextual diseñada por el artista y que el usuario debía decidir cómo recorrer. El cine experimental no quedó al margen dando nacimiento, en 1994, al primer proyecto de cine hipertextual titulado *Waxweb* -con claros antecedentes literarios en la *Rayuela* de Julio Cortázar- del director de cine independiente electrónico David Blair. A través de la web de la pieza (<http://www2.iath.virginia.edu/wax/english/1movie/1all/F/1/1a1a2a1.html>) se puede reproducir de forma convencional la película *WAX or the discovery among the bees* (1991), o por el contrario, se puede hacer clic sobre determinadas escenas abriéndose una enorme variedad de enlaces con textos, imágenes, representaciones 3D, variaciones en el audio y otras opciones, para establecer una visualización personal y única de la película.

Dos años más tarde, Olia Lialina, una vez finalizados sus estudios en crítica cinematográfica, produjo la que actualmente es la obra más versionada de la Red, *My Boyfriend Came Back From The War* (o *MBCBFTW*, 1996, <http://www.teleportacia.org/war/war.html>). Esta pieza narra de forma no lineal la historia de una pareja que se reúne tras su separación por un conflicto armado, a través de una estética que alude a las antiguas películas mudas en blanco y negro. Lo sorprendente de esta pieza, que se estudia tanto en el ámbito cinematográfico como artístico, es que las imágenes y textos no están en movimiento, apenas un par de “gifs” que hacen aparecer y desaparecer palabras. El movimiento y el ritmo de la película lo introduce el usuario que con cada clic pulsa simbólicamente la tecla “play”. Lialina separa el cine de su definición basada en el concepto “imágenes en movimiento” y atribuye a esta pieza el apelativo de “netfilm” (Jana y Tribe, 2006).

Un acontecimiento que supuso un cambio radical en Internet y por tanto en las manifestaciones artísticas en su seno, fue la aparición de la Web 2.0 en el año 2004. Si bien es cierto que hasta aquel momento se podían introducir contenidos en la Red, también lo es que para lograrlo el usuario debía tener ciertos conocimientos informáticos. Sin embargo, la Web 2.0 ha fomentado servicios como las wikis, las redes sociales, los blogs y espacios dedicados a compartir fotografías y vídeos (como por ejemplo Flickr y Youtube respectivamente). Estos permiten a cualquier usuario, experto informático o no, generar contenidos, abriendo a su vez nuevas posibilidades de exploración en la difusión y creación artística a través de Internet. Sin duda, desde la aparición de dicha Web, los contenidos *online* han aumentado exponencialmente a causa de un público ávido por participar y dejar su huella en el ciberespacio. Los artistas, no sólo han aprovechado

la estructura del medio y sus posibilidades, sino que se han encontrado con la mayor fuente de datos de la historia de la que pueden extraer contenidos para la formación de piezas basada en la reutilización o reciclado de la imagen. Esta estrategia ya fue puesta en marcha, entre otros, por los artistas pop y los situacionistas con sus *Détournements* o “Tergiversaciones”, pero por su afinidad a la línea de este artículo, es ineludible referirnos al reciclaje utilizado por los vídeo activistas de las décadas 60 y 70 en la ya mencionada guerra de contrainformación frente los poderes mediáticos de la televisión.

Manteniéndonos en el cauce de las imágenes móviles, pero en esta ocasión en relación con las dinámicas de la Web 2.0, el artista alemán Mario Klingemann también conocido bajo el alias de Quasimondo, realizó dos piezas que consideramos de gran importancia. *Flickeur* (enero 2006, <http://incubator.quasimondo.com/flash/flickeur.php>), término que mezcla las palabras “Flickr” y “voyeur”, es una web en la que el usuario puede disfrutar de un vídeo infinito que mezcla aleatoriamente, con efectos de audio y vídeo, fotografías de Flickr y sus títulos. A medida que los contenidos se mezclan, en el lado derecho de la pantalla aparecen las cuentas de los usuarios de Flickr de las que se extrae la información, dándonos la oportunidad de hacer clic sobre estos enlaces y poder visitar las galerías personales de cada uno de estos usuarios. Cada visualización de *Flickeur* es diferente, por lo que la obra renace con cada nueva intrusión en la página. El resultado es un relato surrealista único que une y mezcla imágenes, textos y audio. En consonancia con esta obra y unos meses más tarde, Klingemann realizó *Islands of Consciousness* (junio 2006, http://incubator.quasimondo.com/flash/islands_of_consciousness.php) finalista de importantes festivales como FlashForward Austin 2006 e InterART Torino Flash Festival 2007. Sus características son muy similares a las de *Flickeur*, siendo sus diferencias fundamentales las siguientes: *Islands of Consciousness* relaciona una imagen con la siguiente mediante la clasificación por etiquetas³, las primeras imágenes que aparecen corresponden a fotos subidas recientemente a Flickr y el audio se ha trabajado en colaboración con Oleg Marakov.

Cuatro años más tarde, combinando las bases de datos de Flickr con las de diversos blogs, se produjo la obra *A Short Film About War* (o *ASFAW* 2010, <http://www.ucl.ac.uk/slade/slide/docs/warfilm.html>). Se trata de un vídeo de Jon Thomson, Alison Craighead y Steve Rushton en el que el usuario visualiza dos pantallas en las que se suceden una serie de imágenes extraídas de Flickr, las direcciones URL de las imágenes, coordenadas GPS de todos los elementos que componen la obra y publicaciones de blogs. Tanto las imágenes como el texto versan sobre conflictos bélicos, proponiendo mostrar la realidad de la guerra a través de los ojos de la comunidad virtual (Net-art.org, 2010, <http://www.net-art.org/shortfilmaboutwar>).

Sin duda, esta obra llama la atención por dos aspectos fundamentales. *ASFAW* pretende, por un lado abrir un campo reflexivo acerca de los conflictos bélicos, siempre desde el punto de vista de múltiples usuarios que no forman parte de los grandes poderes políticos y económicos, habituales gestores de la información. Por otro lado, y es obligado hacerlo notar, esta pieza reúne acerca de un mismo y único tema una enorme cantidad de información producida por miles de usuarios de diferentes procedencias geográficas. Su estrategia consiste en encontrar, entre un elevado número de personas, puntos comunes que evidencian que, aunque exista una pluralidad enriquecedora a la hora de percibir las cosas, la mayoría de los seres humanos, aun perteneciendo a diferentes culturas, comparte una cantidad innumerable de comportamientos, intereses y preocupaciones.

Esta forma de producir arte basada en poner de relieve nuestras similitudes no es, en absoluto, algo nuevo en la práctica artística, pero sin duda ha sido Internet la herramienta que ha posibilitado su uso más agresivo. Tras la aparición de la democratizadora Web 2.0, se ha generalizado la publicación de una enorme cantidad de información personal distribuida en diversas bases de datos que en su conjunto forman una macro base de datos. Centrándonos en el material de las imágenes móviles sorprende la enorme cantidad de vídeos caseros que inundan la Red. Tras horas de visualización de este tipo de vídeos, se puede concluir que generalmente tratan de momentos personales, pero que en su inmensa mayoría aluden a la banalidad de lo cotidiano. Haciendo referencia a esto, Juan Martín Prada (2012) afirma que esta democratización de la Red, favorecida por la Web 2.0, ha generado una multiplicación de contenidos que, a pesar de su intrascendencia, seducen precisamente por ser “convincientemente reales” (p.42), suscitando un entusiasmo “por aquello que no vale la pena que sea leído, visto o escuchado” (p. 48).

Los vídeos difundidos en los que usuarios se graban a través de sus webcams merecen un cierto detenimiento y una breve vuelta al ya mencionado binomio arte vídeográfico–televisión, a través de la obra de Bill Viola *Reverse Television - Portraits of Viewers* de 1983. Para esta pieza, Viola realizó una serie de 44 retratos de 30 segundos de duración cada uno, que se difundieron del 14 al 28 de noviembre en la cadena WGBH (Parfait, 2001). Cada pieza presenta a una persona diferente sentada frente a la televisión para mostrar la diversidad del público que tiene este medio (edad, sexo, clase social, etc.) Pero el aspecto que merece ser destacado es el lugar donde se posiciona la cámara de vídeo, en el sitio exacto donde se encuentra la televisión, como si dicho aparato nos estuviera observando y controlando. Sin duda, el hecho de ser observado desde la televisión encuentra fuertes concomitancias con los vídeos grabados a través de las webcams en las últimas dos décadas, mostrando al individuo-espectador-usuario de los ordenadores, de la Red y su entorno cotidiano penetrando, como Viola, en los diferentes hogares. Aún tratándose de personas diversas, todas tenían un comportamiento similar en el proyecto de Viola, siendo dominadas por las imágenes que el televisor difundía. Si bien debemos considerar ciertas diferencias en factores esenciales como la intención de los usuarios en la producción de autorrepresentaciones, lo cierto es que los vídeos caseros a través de webcams muestran distintos perfiles de los usuarios de la Red y, lo que es más importante, nos han permitido observar que además de ese interés por autoexhibirse, los usuarios se presentan, en incontables ocasiones, exactamente de la misma manera, llevando a cabo la misma acción, en lugares similares, con un mismo objetivo. De nuevo, hacemos alusión a los elementos comunes de unos usuarios dispersos por los cinco continentes.

La artista americana Nia Burks, en su exposición *Standardized Authenticity*, que tuvo lugar en la Galería Art Claims Impulse de Berlín en 2012, presentó una serie de vídeos que muestran, precisamente, situaciones que se repiten constantemente en la Red. El vídeo *Pretty or Ugly* muestra vídeos de Youtube en los que aparecen niñas frente una webcam preguntando al resto de usuarios, ya sea con una sonrisa o al borde del llanto, si son feas o no. *Official Grind* también muestra una colección de vídeos capturados de Youtube en los que los protagonistas, todos ellos varones, se mueven al son de la música de forma altamente sexual (2012, <http://www.art-claims-impulse.com/artists/nia-burks/vídeo-art>). Con este mismo principio Burks realizó seis piezas para esta exposición, desvelando patrones de comportamiento, realidades sociales y equiparando, como el título de la exposición indica, lo estándar y lo auténtico.

Sin duda, la herramienta más extendida en la actualidad para la difusión de imágenes móviles es Youtube. Este portal nació en el año 2005 en California. Su éxito se vio enseguida refrendado por un número de suscriptores que, cuando contaba con tan solo cinco años de vida ya superaba

los mil millones, siendo pues un caso de crecimiento sin precedentes en la historia de los medios de difusión de material audiovisual (Deltell, 2010). Youtube nos proporciona espacios de divulgación de contenidos personales que recuerdan pequeñas pantallas televisivas. Ya no se trata de mirar una televisión y desear estar en ella, sino de cumplir ese deseo y convertirse en lo que hay detrás de la pantalla. Este portal nos ofrece, pues, parcelas en el ciberespacio para que podamos clavar nuestras banderas edificando allí lo que cada uno estime oportuno. De este modo se pretende adquirir visibilidad para así erigirse en comunicadores, músicos, reyes y reinas de belleza, etc. Los cazatalentos ya no se encuentran en las ciudades físicas sino por las calles del ciberespacio, paseando por las parcelas de Youtube u otros lugares 2.0. Pero lo más importante es que toda la comunidad virtual se ha convertido en cazatalentos. Aquel vídeo que destaca por el número de visitas recibidas adquiere un estatus que lo posiciona en rankings en los que llegan a compartir popularidad con estrellas consagradas que también habitan estos espacios. De alguna manera ya no necesitamos la aprobación de una sola persona ya que un vídeo con una única visita es invisible en la Red, ahora necesitamos la aprobación de la comunidad.

El Festival *YouFest* arrancó en Madrid en septiembre del año 2012 bajo el lema “La generación Youtube”. Dicho festival invitó a 100 usuarios de youtube elevados a la categoría de “estrellas y artistas de Youtube” debido al impacto que han tenido en la Red y en especial en este portal. Usuarios cualesquiera se convierten en protagonistas de experiencias hasta ahora dedicadas exclusivamente a personajes que profesionalmente se ganan la vida con el espectáculo. El concepto “famoso” se transforma aplicándose a distintos usuarios según su número de seguidores en Youtube y convirtiendo Internet en la nueva tierra de las oportunidades. El espectáculo penetra aún más profundamente en la sociedad a través de la “sociedad red” (Castells, 2001), aunque los límites que las separan se vuelven en ocasiones difusos llegando a desaparecer.

Desde el año 2007 curatingyoutube.net (CYT) realiza proyectos curatoriales que pretenden evidenciar la desaparición de fronteras entre la Red y la realidad de la vida a través de obras elaboradas con material *online* extraído de Youtube. De entre sus proyectos destacamos *3 hours in one second* (2010). En éste, catorce artistas fueron invitados para que cada uno realizase su propia lista de reproducción a partir de nueve vídeos de Youtube, presentándolos a modo de mosaico y pudiéndolos reproducir simultáneamente o no, según la decisión del usuario. El artista JODI, para la construcción de una de sus listas/obras titulada *TIMEX9* (2010, <http://grid.curatingyoutube.net/show/jodi/timex9/timex9.php>), realizó una selección de vídeos, publicados por diferentes usuarios, de la famosa escena de la película *Blade Runner* en la que el replicante Roy Batty expone su polémico y teorizado monólogo que reflexiona acerca de lo que nos hace humanos, acerca de la memoria, diciendo:

Yo he visto cosas que vosotros no creeríais. Atacar naves en llamas más allá de Orión. He visto Rayos-C brillar en la oscuridad, cerca de la puerta de Tannhäuser. Todos esos momentos se perderán en el tiempo como lágrimas en la lluvia. Es hora de morir. (*Blade Runner*, 1982)

El habitante del ciberespacio está experimentando cambios a la hora de percibir la realidad, viendo cosas que en el pasado eran impensables, transformando su memoria no ya a partir de fotografías como en el film *Blade Runner* sino mediante archivos audiovisuales y sus nuevos sistemas de almacenamiento y reproducción. La memoria se ve transformada a través de

Youtube y otros servicios 2.0 dejando de ser personal para convertirse en una memoria colectiva muy difícil de eliminar y que por tanto, parece mantenernos más vivos que nunca.

Los vídeos clips son otro de los centros neurálgicos de Youtube que determinan su éxito. Por ello no es de extrañar, que los artistas hayan aprovechado dichas fuentes que gestionan miles de visitas para realizar superproducciones musicales mediante la postproducción de vídeos caseros. El artista israelí Ophir Kutiel, profesionalmente conocido como Kutiman, realizó *Thru-you* (2009, <http://thru-you.com/#/videos/1/>), que cuenta con siete vídeos musicales y un octavo vídeo en el que explica su método de trabajo. Para este proyecto el artista buscó vídeos en Youtube en los que aparecían personas cantando o tocando instrumentos en solitario para generar mediante un collage audiovisual una nueva melodía plural en cuyo vídeo clip todos los participantes -desconocedores de su colaboración- tienen sus segundos de fama. Con los diferentes collages derivados de este proyecto el artista produjo un álbum de mismo título. De una forma muy similar, Darren Solomon realizó la obra *In B Flat 2.0* (2009, <http://www.inbflat.net/>). Esta pieza también es una especie de collage de vídeos musicales pero que, en esta ocasión, requirió de la colaboración voluntaria de los usuarios para el proceso de construcción de la obra. Los usuarios debían publicar unos vídeos en Youtube cumpliendo una serie de normas que Solomon anunció en su blog. Tras la selección de diversos vídeos, la obra dio como resultado un mosaico de vídeos de Youtube que el usuario puede recorrer con el objeto de generar diversas melodías según sus decisiones de reproducción, aunque siempre dentro de las posibilidades marcadas por Solomon.

Este tipo de iniciativas que llama a los habitantes del ciberespacio a colaborar activamente, se ha llevado a cabo también en los ámbitos específicos del arte videográfico y cinematográfico. En primer lugar, nos referimos a la iniciativa *YouPlay: Bienal de Video Creativo* llevada a cabo por la Fundación Guggenheim y Youtube en colaboración con HP (2010, <http://www.guggenheim.org/new-york/interact/participate/youtube-play>). Esta convocatoria, en un intento de observar el actual efecto de la tecnología sobre la creatividad, se dirigió a la extensa comunidad virtual con el fin de que los usuarios interesados participasen cargando a través de Youtube una producción propia de vídeo de no más de diez minutos de duración. Nancy Spector, miembro de la dirección de la Fundación Guggenheim, afirmó en relación con esta experiencia lo fascinante de: “la idea de observar como el vídeo en línea emerge progresivamente como una forma de arte en sí mismo” (Reuters, 2010). La iniciativa recibió 23 000 propuestas audiovisuales con participantes de 91 países. En un primer momento, los miembros del jurado realizaron una selección de 125 vídeos que se pueden visualizar en el siguiente canal de Youtube: <http://www.youtube.com/user/playbiennial>, para finalmente hacer una segunda selección con los 25 top vídeos que se reproducirían también en los museos Guggenheim de Nueva York, Berlín, Bilbao y Venecia. Se trata de un tipo de experiencia novedosa debido a la integración de las instituciones artísticas en los circuitos democratizados y contemporáneos de producción y difusión de imágenes móviles. Sin embargo, como afirma Luis Deltell (2010), esa búsqueda de transgresión e innovación en el ámbito del videoarte y la creación audiovisual experimental, en realidad dieron lugar a una selección de obras en la que “la inmensa mayoría de ellas son piezas completamente convencionales en su lenguaje cinematográfico” (p.7). Por tanto, realmente lo que encontramos en esta iniciativa son unos métodos novedosos en las formas de difusión de piezas artísticas que proporcionan nuevas conexiones entre la institución artística y la producción tanto profesional como amateur. Sin embargo, en esta ocasión, no se obtuvieron como resultado unas piezas transgresoras en cuanto a contenido y estética. La mayoría de los participantes seleccionados “[...] crean desde una perspectiva no digital” (Deltell, 2010, p.7).

Dentro del ámbito cinematográfico y más en consonancia con las dinámicas de *In B Flat 2.0* que requiere de la participación voluntaria de la comunidad virtual para la producción de una única obra, se realizó el proyecto de Youtube *Life in a Day* (2011, <http://www.youtube.com/user/lifeinaday/experience>). Los usuarios interesados en participar debían grabar un fragmento de sus vidas el día 24 de Julio de 2010. Una vez recibidas todas las propuestas, el director Kevin Macdonald seleccionó y postprodujo el material audiovisual para realizar un documental de noventa minutos que pretende mostrar a las generaciones del futuro cómo era un día normal en la tierra en el año 2010. Esta producción tuvo su estreno mundial en Youtube y actualmente se puede visualizar en dicho espacio de forma gratuita.

4 CONSIDERACIONES FINALES

A la hora de estudiar la relación entre Internet y el arte de las imágenes móviles, nos hemos encontrado ante la imposibilidad de analizar este vínculo de forma aislada. Esto se debe a que los orígenes de dicha práctica artística se hallan fuertemente influenciados por una televisión que la amamantó y de la que conserva numerosas características aún en el ciberespacio. Es innegable el cariz provocador del videoarte en las décadas de 1960 y 1970 que se basaba en una todavía joven televisión pero que, no obstante, ya abusaba de antiguos y enraizados vicios propios de los medios al servicio de la política y la economía. El videoactivismo buscó con la “imagen-móvil” la difusión de una llamada al público televisivo, a la gente de la calle, para hacerla despertar de la hipnosis practicada por una pantalla que la dominaba y aislaba de la realidad. El televisor era por tanto una herramienta de control enemiga en la que había que infiltrarse para dinamitar el propio foco de infección. Sin embargo, en el caso de Internet, los artistas mantuvieron inicialmente una actitud más ingenua considerándolo como un espacio autónomo e infravalorando el poder de infiltración en el mismo de las estructuras de poder. El inicial radicalismo de los netartistas no estaba dirigido a criticar su medio de actuación sino a defender y potenciar las características que lo hacían único, de entre las que destacan la conectividad entre usuarios, la interactividad, la acción. Sin embargo, con la privatización de la Red en 1995, los netartistas ven su utopía desvanecerse e inician unas estrategias de subversión a través de un espionaje e invasión similar al que llevó a cabo Guerrilla Television en su medio. Las primeras obras de lo que se ha denominado Hacktivismos son mayoritariamente sabotajes y movilizaciones sociales a través de la Red. Las maniobras evolucionaron, por tanto, de unas imágenes en movimiento como contrainformación, es decir, de un videoarte y por tanto un “yo veo”, a unos usuarios “en movimiento” unidos bajo el lema “yo actúo”.

Una vez Internet se expande, gracias al abaratamiento de los ordenadores personales, y queda insertado en los ritmos de vida cotidianos -como ya había ocurrido anteriormente con la televisión y el video- el propósito se trasladó a una democratización, no ya del medio sino de los contenidos. Para ello se debían incrementar tanto los mensajes como las audiencias, sobre lo que ejerció un poder decisivo la Web 2.0 encargada de proporcionar espacios para la interacción entre usuarios compartiendo experiencias y material digital.

El arte encuentra en esta iniciativa nuevas formas de renovarse, de las que no queda al margen el arte de las imágenes en movimiento. Si bien la Red permite una difusión de material audiovisual sin precedentes en la historia de los medios de comunicación, la novedad que afecta al contenido y la forma de estas piezas es la posibilidad de interacción del usuario con la obra más allá de su visualización.

Actualmente, el lugar por excelencia para la búsqueda de material audiovisual en la Red es Youtube. Los usuarios multiplican los contenidos de esta macro base de datos diariamente. La actividad de sus suscriptores es tal que da lugar a la expresión “Generación Youtube”. Este fenómeno masivo ha permitido que la producción audiovisual amateur y la profesional cohabiten de forma natural. Ante la posibilidad de difundir contenidos personales: experiencias, pensamientos, etc., los usuarios en su conjunto se han convertido en los mayores *bricoleurs* de la historia, utilizando aquellos materiales de su entorno inmediato para producir otros distintos que cargarán en la Red, inspirándose en el famoso *Do it yourself o hazlo tu mismo* (Trigueros, 2000). La mayoría de los artistas que trabajan en Youtube, en tanto que usuarios, utilizan también dicha estrategia de “postproducción” para la generación de sus obras.

Cabe destacar que, una vez publicado un contenido audiovisual en Youtube, dicho contenido inicia un recorrido por el ciberespacio a través de unas estructuras dinámicas. El producto inicial va enriqueciéndose gracias a una provechosa difusión de la que resultan votaciones, comentarios, apropiaciones, tergiversaciones y otras respuestas por parte de los habitantes del ciberespacio y que, de alguna manera, hacen mutar el contenido original. Indudablemente, los artistas han querido beneficiarse de tales características, de modo que su obra no se reduce simplemente al elemento inicial, sino que alcanza su plenitud a través de un largo viaje por la esfera pública de Internet donde es objeto de múltiples transformaciones.

Con el objetivo de profundizar acerca de los contenidos de las publicaciones de Youtube como fundamento para la producción artística de imágenes móviles en la Red, es necesario aludir a la ya mencionada “Generación Youtube”. Dicha expresión, lejos de centrarse en los años de nacimiento de los suscriptores de este portal, hace referencia a un “conjunto de usuarios que han recibido influjos culturales y sociales semejantes y por tanto se comportan de manera afín o comparable en algunos sentidos” (RAE, 2003). Evidentemente, en este caso la influencia común viene determinada por la “sociedad Red”, sus espacios 2.0 y en particular Youtube. Como hemos observado en las obras expuestas en este artículo, gran parte de la producción artística audiovisual contemporánea en Red se centra en mostrar patrones de comportamiento social. Los artistas cuentan, para ello, con la mejor herramienta hasta el momento: una memoria colectiva global y digital. Se trata de una inmensa base de datos conformada por una visión plural de aquello que se debate y expone en la Red, dando lugar, por un lado, a ricas perspectivas en torno a determinados argumentos y, por otro, paradójicamente, a una inquietud por demostrar lo gregario de la sociedad actual. Dos caras de una misma moneda que quedan plasmados en el videoarte de la Red.

Podemos afirmar, sin lugar a dudas, que la Red ha introducido cambios en la experimentación con las imágenes en movimiento en el contexto artístico. Internet ha facilitado, como nunca antes otro medio había hecho, la posibilidad de la interacción como elemento necesario para la construcción de la obra, gracias tanto a herramientas específicas como, sobre todo, a su poder de convocatoria masiva. Asimismo la Red ha proporcionado y fomentado un papel del usuario como productor prolífico de material reciclable digital. Sin embargo, estos cambios, si bien son significativos, no suponen ninguna revolución drástica. Se trata más bien de una potenciación de aspectos ya utilizados en el arte *offline*. Más notables nos resultan, sin embargo, los cambios en el denominado tiempo expandido de las producciones audiovisuales. Dicho tiempo se ha visto dilatado de forma casi infinita por unas acciones y respuestas de los usuarios que repercuten en el contexto y estado de la obra conforme esta se difunde de forma indefinida.

En definitiva, y a modo de síntesis, consideramos que el arte de las imágenes móviles ha encontrado en Internet y en Youtube en particular, una fuente de material listo para su apropiación y en constante crecimiento, un espacio colectivo para el intercambio directo y voluntario de material, una capacidad de difusión sin precedentes y una prolongación indeterminada de su tiempo expandido. Todo ello ha fomentado la proliferación de nuevos formatos como el denominado *i-doc* o documental interactivo asociado, por ejemplo, con la pieza de Kevin Macdonald *Life in a day*, anteriormente mencionada (Yáñez, 2011). Asimismo, existe una contribución sobre la que debemos hacer especial hincapié. Nos referimos a la apertura de un nuevo campo de reflexión acerca de la propia herramienta (Youtube) y la relación de ésta con los habitantes del ciberespacio. En cuanto a la reflexión sobre Youtube como herramienta, es muy ilustrativo el proyecto *Youtube as a subject* (2008, <http://www.constantdullaart.com/site/html/new/youtubeeasasubject.html>) del artista neerlandés Constant Dullaart en cuyos siete vídeos se hace referencia al significado, las implicaciones y la estética del botón “play” de Youtube. Por otro lado, la relación de Youtube con los internautas ha hecho de éste un espacio de experimentación para proyectos de diversa índole. Youtube ha llegado a convertirse tanto en sujeto interventor como espacio intervenido con iniciativas como festivales (*Youfest*, 2012), bienales de arte videográfico (*YouPlay: Bienal de Vídeo Creativo*, 2010, con la destacable colaboración de la Fundación Guggenheim), proyectos curatoriales diversos a manos de curatingyoutube.net, y producción de cine experimental (*Life in a day*, 2011), entre muchas otras. Todas ellas evidencian que nos encontramos ante un nuevo horizonte de experimentación artística y que, aun habiendo presenciado ya algunos fugaces destellos de sus capacidades, esperamos se vaya desarrollando y enriqueciendo tanto con las evoluciones del medio como con la necesaria adaptación de la creatividad a las nuevas posibilidades del ciberespacio.

Bibliografía

Baigorri, L. (1998). EL FUTURO YA NO ES LO QUE ERA. De la Guerrilla Television a la Resistencia en la red. Recuperado de <http://aleph-arts.org/pens/baigorri.html>

Bianchini, A. (1999). Conceptos y definiciones de hipertexto. Departamento de Computación y Tecnología de la Información. Universidad Simón Bolívar, Caracas. Recuperado de <http://ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.pdf>

Boyle, D. (1997). Epílogo del libro *Subject to Change. Guerrilla Television Revisited*, Oxford UP, NY. Traducción en: Un epílogo para la Guerrilla TV. *Acción paralela*. Número 5. Enero 2000. Traducción de Carolina Díaz. [En línea] <<http://www.accpar.org/numero5/guerrilla.htm>>.

Brea, J.L. (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (pos)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Centro de Arte de Salamanca-Consortio Salamanca.

Carrillo, J. (2004). *Arte en la Red*. Madrid: Cátedra.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés Editores, S.A.

Deltell, L. (2010). Viral art: frontera y crisis del arte audiovisual. Comunicación para el Congreso europeo de estética 11-12 de nov. 2010. Museo del Prado de Madrid. Recuperado de <http://web.uam.es/otros/estetica/DOCUMENTOS%20EN%20PDF/QUINTA%20TANDA/LUIS%20DELTELL.pdf>

Echevarría, J. (2004). *Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno* (2ª ed.). Barcelona: Ediciones Destino.

Fundación Guggenheim. (2010). YouPlay: Bienal de Vídeo. Recuperado de <http://www.guggenheim.org/new-york/interact/participate/youtube-play>

Giannetti, C. (2002). Breve balance de la primera década del Net.art. *Red digital: Revista de Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas*. Nº 3. Recuperado de http://reddigital.cnice.mec.es/3/firmas_nuevas/claudia/claudia_1.html

Jana, R & Tribe, M. (2006). *New Media Art*. Colonia: Taschen.

López Martín, E. (2012) Twitter como argumento, herramienta y soporte para la producción artística contemporánea. *FORMA. REVISTA D'HUMANITATS*, Vol. 6 (pp. 33-47). Recuperado de <http://www.upf.edu/forma/es/otono2012/Lopez.html>

Net-art.org. (2010). A Short Film About War. Recuperado de <http://www.net-art.org/shortfilmaboutwar>

Martín Prada, J. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.

Parfait, F. (2001) *Video: un art contemporain*. París: Ed. Regard.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>

Reuters. (2010). Les vidéos artistiques de YouTube entrent au musée Guggenheim. *Lemonde.fr*; Recuperado de http://www.lemonde.fr/culture/article/2010/09/20/les-videos-artistiques-de-youtube-entrent-au-musee-guggenheim_1413785_3246.html

Tejeda Martín, I. (2006). Pasajes de espacio, tiempo y espectador: instalaciones, nuevos medios y piezas híbridas en la colección del IVAM. *Instalaciones y nuevos medios en la colección del IVAM. Espacio, tiempo y espectador*. Valencia: (I. Tejeda ed.), IVAM.

Trigueros, C. (2000). Video doméstico, Bricolage Electrónico. *Acción Paralela. Ensayo, teoría y crítica del arte contemporáneo*. Número 5. Recuperado de <http://www.acccpar.org/numero5/tori.htm>

Yáñez, M. (2011). Informe: documental interactivo. Con la realidad sí se puede jugar. *Embed*. Recuperado de <http://embed.at/article43.html>

Obras citadas

Blair, D. (1994). *Waxweb*. Recuperado de <http://www2.iath.virginia.edu/wax/english/1movie/1all/F/1/1a1a2a1.html>

Burks, N. (2012). Exhibition: *Standardized authenticity*. Recuperado de <http://www.art-claims-impulse.com/artists/nia-burks/video-art>

Craighead, A., Rushton, S. & Thomson, J. (2010). *A Short Film About War* Recuperado de <http://www.ucl.ac.uk/slade/slide/docs/warfilm.html>

JODI. (2010). *TIMEX9*. Recuperado de <http://grid.curatingyoutube.net/show/jodi/timex9/timex9.php>

Klingemann, M. (2006) *Flickeur*. Recuperado de <http://incubator.quasimondo.com/flash/flickeur.php>

Klingemann, M. (2006) *Islands of Consciousness*. Recuperado de http://incubator.quasimondo.com/flash/islands_of_consciousness.php

Kutiman. (2009). *Thru-you*. Recuperado de <http://thru-you.com/#/videos/1/>

Lialina, O. (1996). *My boyfriend came back from the war*. Recuperado de <http://www.teleportacia.org/war/war.html>

Macdonald, K., et. al. (2011). *Life in a Day*. Recuperado de <http://www.youtube.com/user/lifeinaday/experience>

Scott, R. (Director). (1982). *Blade runner*_[Película]. Los Angeles, CA: Warner Bros.

Solomon, D. (2009). *In B Flat 2.0*. Recuperado de <http://www.inbflat.net/>

NOTAS

1. Aunque el término Internet surge en 1970, no fue hasta el periodo comprendido entre 1989 y 1991 cuando el CERN creó la World Wide Web facilitando a los usuarios el acceso a la información de la Red.
2. Cabe destacar que la televisión, aunque en la actualidad lo haga en menor medida, todavía reúne a la familia y amigos en un espacio privilegiado dentro del hogar buscando la inducción a un trance colectivo.
3. De la misma forma que el link nos permite ir de un sitio a otro, el *tag* o “etiqueta” que posibilita la clasificación de la información mediante palabras clave, viene a ser otra forma de ordenar y pasear por los datos de la Web 2.0.