

PROCESOS DE VIRTUALIZACIÓN DE LA ESTÉTICA*

Virtual Processes in Aesthetics

Cristian Felipe Lizarralde Gómez**

Primera versión recibida el 10 de Febrero de 2009; versión final aceptada el 3 de Marzo de 2009

SÍNTESIS

El siguiente artículo surge a partir del marco teórico propuesto para la investigación en Estética Digital, inscrita en el grupo de investigación COCUES (Comunicación Cultural y Estética) del programa de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Católica Popular del Risaralda, y en la Maestría en Educación Multimedia de la Universidad de Caldas. Dicha propuesta teórica hace un recorrido por los conceptos que fundan la estética de los medios digitales, y además estudia los fenómenos que configuran las nuevas formas de representación simbólicas y de producción de sentido, que dan lugar a la corriente estética denominada Media art, una nueva postura mediática y tecnológica cuyas características están enmarcadas en importantes categorías como: los procesos de virtualización, la interactividad, la participación, la estructura informativa y la retroalimentación constante entre productores y audiencias.

DESCRIPTORES: *Comunicación, Cultura, Estética, TIC, Virtualización, Estética digital, Tecnología, Media Art, hipermedia, interactividad.*

ABSTRACT

The following article draws on the theoretical framework developed within the research project on Digital Aesthetics, put in place by the Research Group "Communication Culture and Aesthetics" of the Social Communication-Journalism Program of the UCPR and of the Master's Program in Multimedia Education at the University of Caldas. This theoretical proposal looks at the concepts that founded the aesthetics of digital media and discusses the phenomena that shape the new forms of symbolic representation and production of meaning, leading to the current aesthetic called Media Art. The article shows how this new aesthetic form is based on concepts such as virtualization processes, interactivity, participation, structure and feedback information between producers and audiences.

DESCRIPTORS: *Communication, culture, aesthetics, TIC, virtualization, digital aesthetics, technology, media art, hypermedia, interactivity.*

A MODO DE INTRODUCCIÓN

Para entender los complejos caminos que posibilitaron el desarrollo de los medios de comunicación y las herramientas de representación con-

temporánea, es importante partir de la base de que la estética en su concepción general, es entendida como la naturaleza sensible de los seres hu-

* El artículo es un producto de la Tesis de Maestría en el tema de la estética digital, presentada en la Universidad de Caldas, 2009

** Maestro en Artes Plásticas y Visuales, Universidad de Caldas. Especialista en Docencia Universitaria, Universidad de Caldas. Maestría en Educación con énfasis en Multimedia, Universidad de Caldas. Docente Programa de Comunicación Social - Periodismo, Universidad Católica Popular del Risaralda. lizaolso@gmail.com
 Grupo de Investigación Comunicación Cultural y Estética (COCUES)

manos. En ella se encuentran todos los elementos generadores de las estructuras que permiten percibir y entender nuestro entorno.

La estética como componente de la cultural, se consolida por medio de la comunicación, el lenguaje, la expresión, el arte, las subjetividades, la poiesis, la catarsis y el encuentro del ser humano consigo mismo. Es ahí en donde "*la estética se concibe como la forma de sentir y percibir de una cultura en particular*" (Narváez, 2005, p 197)

Asumida así, la cultura es pensada más allá de la construcción material e inmaterial de determinado grupo social, y pasa a desplegar una nueva dimensión sistémica y compleja que crea nuevas alternativas y problemáticas fundadas en el uso de las tecnologías y de los medios de comunicación.

Este discurso, situado en la relación establecida entre lo mediático y lo cultural, da lugar a una ruptura en los paradigmas establecidos por la estética restringida, y por tanto, de la dimensión espacio temporal de los procesos artísticos, lo cual permite el surgimiento de infinidad de manifestaciones que se insertan en la contemporaneidad, como son, entre muchos otros, el performance, la interactividad, el hipermedia, lo efímero y el simulacro.

Dichas Transformaciones generan nuevos modelos estéticos fecundados en la posmodernidad, en donde personajes como Gianni Vattimo, sostienen que "lo importantes no son los hechos sino sus interpretaciones (citado en Blázquez, 2008, p 258). Lo anterior provoca el cuestionamiento de una verdad absoluta para la estética, y emerge la posibilidad de tejer relaciones que en términos espacio temporales vienen siendo superadas con el advenimiento de una sociedad digital, una cibercultura que se apropia de dichos fenómenos y genera una retroalimentación constante del conocimiento.

En este sentido, la compleja estructura de estética contemporánea, soportada en la explosión informática y mediática, aporta el marco para que se originen experiencias de interacción e interconexión permanente entre diferentes culturas, lo cual deviene en procesos de hibridación; de encuentros y construcción de conocimiento de manera sistémica, de expresión mediática, de activismo digital que implica la participación significativa de todos los actores del proceso comunicativo y/o estético. Además del descentramiento de la propiedad intelectual, en tanto hay una co-construcción de procesos en la que los productos resultantes surgen del

trabajo colaborativo que se da dentro de las comunidades virtuales, convocadas por intereses comunes y en donde la inteligencia colectiva potencia la posproducción y la coautoría del conocimiento.

HACIA UNA ESTÉTICA DIGITAL

La comunicación digital contemporánea plantea una nueva forma de ver y comprender la estética, otra manera de interpretar valores, nuevos modos de interacción y otras posibilidades de encuentro transversalizadas por factores tecnológicos, mediáticos y de consumo, que establecen innumerables ejes problemáticos que proponen una cultura digital, manejada en muchas ocasiones por mecanismos sedientos de poder y capitalismo tecnológico, en la cual el cuerpo es extendido con prótesis físicas y mentales para ejercer todas las actividades de la vida cotidiana.

Hacia mediados de los años cuarenta, Walter Benjamín (1936) propuso puntos de partida para intentar comprender el cambio estético, generado por la relación entre modernidad y mecanización. El autor traza su cuestión fundamental en la manera como la mecanización y la reproducción maquinaal hacen dispersar el aura de la obra de arte,

develando su carácter único e irreplicable. Hoy, gracias a los nuevos canales y medios de circulación, se asiste a una época en donde la tecnología propicia la creación de una estética basada en la representación digital. Dicho fenómeno es la clave para generar un gran interrogante:

¿Cómo han cambiado las tecnologías de la información y la comunicación las formas de representación simbólicas, los procesos de comunicación y las correspondientes prácticas estéticas?

El anterior cuestionamiento podría ser resuelto al tener claridad sobre los orígenes fundamentales y epistemológicos del término que evoca la presente reflexión: "la Estética Digital". De entrada, dicho concepto puede ser entendido como la rama de la estética contemporánea, que hace un estudio juicioso de las diferentes representaciones simbólicas basadas en el uso de la tecnología, la información y la comunicación.

Pero para tener un acercamiento epistemológico y sistémico al término, es necesario señalar que dicho campo temático y sus características, fue abordado por primera vez hacia la década de los años cincuenta por dos teóricos fundamentales: el alemán **Max Bense** con las estéticas informacionales, y el francés

Abraham Moles con la teoría de la información y percepción estética.

LAS ESTÉTICAS INFORMACIONALES

Max Bense (1954) basa su pensamiento en la *cibernética*¹, término nacido del griego *kybernetes* que significa "arte de conducir o pilotar un navío", cuyo objetivo es establecer el control y la comunicación en el hombre y en la máquina, o desarrollar un lenguaje que permita controlar y comunicar sistemas complejos como los seres vivos, las organizaciones, etc.

Para Bense, la información en este sentido es la clave para comprender la estética, es decir, su teoría intenta la sistematización y el control de los procesos estéticos a partir del análisis estadístico de la obra, lo cual implica relegar al sujeto a un segundo plano (simple transmisión unidireccional de la información).

Los aportes fundamentales de Bense a la teoría de las estéticas informacionales, radican particularmente en la sustitución de los valores estéticos tradicionales cimentados en lo subjetivo y lo metafísico,

por un estudio y análisis objetivo de la propia obra; esto significa pasar del método de interpretación a unas técnicas definidas de observación.

LA TEORÍA DE LA INFORMACIÓN Y PERCEPCIÓN ESTÉTICA

André Abraham Moles (1958), por su parte, y también basado en la *cibernética*, dedica sus estudios particularmente a la lingüística y la música y hace los primeros aportes al estudio del arte por computador.

Su propuesta consiste en entender que la máquina debe acercarse a la estética y la estética a la máquina, ya que las dos son potencialmente sistemas creativos y de posibilidades infinitas. A partir de dicho modelo, Moles introduce el concepto de **simulacro**, planteando que no hay una copia exacta de la realidad, sino una recreación constante y siempre nueva. El arte es puro artificio y considera a la máquina como instrumento del artificio, la entrada al único arte auténtico.

Alés Enrique Castaño (2000) plantea que "*el arte del futuro según Moles, es el arte de la sociedad de los sistemas, y*

1 La Cibernética no debe verse ni como una ciencia, ni como una disciplina, sino como un movimiento de ideas que trató de romper con la estrechez de los conocimientos propios de cada disciplina. El movimiento cibernético demostró que las barreras que existían entre la matemática, la biología y la electrónica eran superables y encontró sorprendentes analogías entre ellas.

Publicado por Alejandro Madruga González <http://lacibernetica.blogspot.com/2007/05/la-ciberntica.html>

habrá de reposar necesariamente sobre máquinas capaces de manipular la complejidad. La máquina ofrece, por tanto, posibilidades insospechadas para abrir nuevos caminos a la expresión del hombre. Dicho de otro modo: la máquina será capaz de realizar todo aquello que se proponga la imaginación del hombre" (p 56).

Para Moles, considerar lo anterior significa entender que los procesos de creación basados en máquinas poseen una fase de **concepción** y una fase de **producción**. La fase de conceptualización se basa en el dominio intencional de la idea (concepción), mientras que la fase ejecutante se fundamenta en lo tecnológico y en la programación (producción).

De una forma u otra, tanto Bense como Moles, basados en los planteamientos de la cibernética, generaron las bases fundamentales para un entendimiento de la estética digital que hoy día afronta problemáticas y dinámicas distintas.

LA ESTÉTICA DE LOS MEDIOS DIGITALES

En este apartado, la brasilera Claudia Giannetti (2002), una de las investigadoras más comprometidas con el estudio de la estética digital y el "media art", plantea que "es únicamente a través de la **comunicación**,

(intercambio dialógico y simbólico entre sujetos) que la información puede llegar a asumir un sentido estético" (p. 56)

Giannetti, al contrario del pensamiento de Bense, cree que reducir lo estético a una interpretación racional y numérica acaba por negar la propia experiencia estética, obstaculizando el proceso de la verdadera comunicación bidireccional y sistémica. Su objeción al modelo clásico de comunicación (Shannon y Weaver, 1949) y a la teoría informacional, radica en la equívoca comprensión de la comunicación como simple transferencia de un emisor a un receptor sin tener en cuenta los sujetos, el contexto, ni los valores simbólicos. El resultado de dicha problemática es la limitación de la información a un nivel estrictamente superficial y cerrado.

"En definitiva, la estética informacional resulta fallida justamente en su punto esencial: en la comprensión de la relación entre información y comunicación en el ámbito estético. Desde este punto de vista, entendemos que es necesario buscar otra concepción y definición de la comunicación aplicable al ámbito estético". (p. 56)

Comprendiendo las dificultades y paradojas de la estética informacional, Giannetti postula que "inscribir lo estético en el contexto

de la comunicación, significa entender la estética como una categoría procesal inmersa en el sistema social. Es decir, no encajaría en la teoría Shannoniana o cibernética (transmitir información), sino en la teoría de los sistemas y el constructivismo." (p. 56) En este sentido, la comunicación se debe entender como "un proceso artificial que se basa en modelos, herramientas e instrumentos que manipulan símbolos a nivel de códigos y además es un proceso que se cimienta en lo intersubjetivo y lo reactivo" (p. 56)

Es así como las dinámicas de la comunicación digital postulan la creación de un nuevo sistema constructivista para la estética que puede ser potenciado en procesos de virtualización, puesto que en ellos se fortalece la relación entre las tecnologías digitales y la expresión, además de que plantea unas dinámicas en perpetua resignificación, que reconfiguran el comportamiento de las formas de representación contemporáneas.

De esta manera, es evidente que la estética digital posee valores y significados, cuya posibilidad de exploración puede ser abordada desde "**la virtualización**", un concepto trabajado y desarrollado por el teó-

rico Túnez Pierre Lévy (1999), uno de los filósofos que más ha investigado sobre las implicaciones del ciberespacio y la comunicación digital en la sociedad.

Para Lévy, esta inmersión digital de la sociedad recibe el nombre de **Cibersociedad**², lugar en donde el ser humano intercambia y recibe información de todo tipo, y en donde intervienen tres elementos fundamentales que potencian la evolución de la cultura digital:

La interconexión, asumida como uno de los pilares fundamentales que posibilita la presencia de procesos comunicativos en la Cibersociedad. "*Para la cibercultura la conexión es siempre preferible al aislamiento, la conexión es un bien en sí.*" (Lévy, 1997, p.99) Y en este sentido, si no hay una comunicación acertada en la que se compartan códigos y en la que se esté dispuesto a participar de manera activa, difícilmente el ser humano podría interactuar con la comunidad virtual.

La inteligencia colectiva, permite que se compartan y construyan los conocimientos, creaciones, pensamientos, datos, producciones académicas e informaciones en red (2004).

² Allí vive la civilización emergente creada por el ciberespacio. Dentro de la Cibersociedad se gesta la Cibercultura. Se puede entender además como un mundo virtual en el cual se interrelacionan los seres humanos interconectados en Internet.

Y por último, **las comunidades virtuales**, el conjunto de individuos que se unen en los ciberespacios formados gracias a las cibernaciones que generan los escenarios de interacción en la Internet (Lévy, 1997). La comunidad virtual se propone como un escenario en el que convergen intereses de sujetos, que geográficamente no tienen que estar próximos, en el cual se construye y de-construye de manera permanente y colectiva, un escenario donde se ponen en juego los intereses individuales para lograr productos comunes que convocan afinidades, conocimiento y cooperación, lo cual genera la inteligencia colectiva.

En este sentido, *"el ciberespacio, es un dispositivo de comunicación interactiva y comunitaria que se presenta justamente como uno de los instrumentos privilegiados de la inteligencia colectiva"* (Lévy, 1997, p.13), y la vida en dicho espacio (digital) es más acelerada, el paso de una generación a otra es muy corto, la transmisión de conocimientos no tiene un esquema determinado, como pasa en el sistema de comunicación unidireccional y en el espacio actual (real).

La virtualización es a la vez un paso entre lo actual y lo virtual, inventa velocidades, hace espacios y tiem-

pos cambiantes, es dinámica y transforma la misma realidad. Sin embargo, sus dos grandes características o fenómenos dentro de los cuales hay que hacer mayor énfasis son: la desterritorialización y el paso constante del interior al exterior, más conocido como el efecto **"Moebius"** (Moebius y Listing, 1858). Dos fenómenos que se plantean a continuación:

Se habla de la desterritorialización porque *"cuando una persona, una colectividad, un acto, una información se virtualizan se colocan fuera de ahí"*. (Lévy, 1999, p. 21) Entonces se da un éxodo, se crean nuevos espacios y nuevas velocidades; los lugares físicos dejan de existir y esto permite inferir que el hombre contemporáneo se convierte en un nómada de la red.

En esta misma línea hace su aporte Javier Echeverría, quien plantea que *"la desterritorialización no sólo permite el movimiento de un lado a otro, sino que también, le está cambiando la identidad a los individuos, ya no existen fronteras ni físicas, ni virtuales y ello trae como consecuencia una mayor interculturalidad"*. (1994, p. 142)

En otras palabras, estas experiencias de interacción cultural se encuentran en proceso de desterritorialización. *"Los criterios de valorización (...) llevan a considerar prefe-*

rible la progresiva desaparición de fronteras entre las distintas sociedades humanas y, por su puesto, en el seno de cada sociedad." (1994, p. 142)

El segundo fenómeno (efecto 'Moebius'), no es nada más que el 'juego' entre lo que puede estar adentro o afuera; visto desde diferentes perspectivas, se encuentra lo subjetivo-objetivo, mapa-territorio, público-privado, emisor-receptor, etc. En este punto, el ser humano recorre infinidad de puntos pero siempre llega al mismo lugar.

La metáfora de Moebius co-descubierta por dos matemáticos llamados August Ferdinand Moebius y Johann Benedict Listing en 1858, pone al descubierto una sola cara de las cosas, aunque su efecto visual la haga ver como una cinta con dos lados independientes.

Lo anterior permite plantear que todo tipo de sociedades que se encuentran dentro de los procesos de virtualización, transcurren por la misma superficie en momentos distintos, dándose de esta manera una permanente retroalimentación.

La virtualización comienza a jugar un papel importante en los nuevos

procesos estéticos y sobre ello se definen y crean sus propias características, ya que permite la representación de objetos y procesos que están dentro del mundo real a través de formas electrónicas o numéricas digitales, convirtiéndose en lo que Pierre Lévy señala como "*uno de los principales vectores de la creación de realidad*". (1999, p. 21)

No obstante, la virtualización va más allá de una simple representación del mundo real, y sobre el siguiente concepto se pretende aquí llamar la atención. Arturo Montagu es claro al explicar que la virtualización "*es un proceso muy anterior a la informática. Para Lévy, es un proceso de hominización, de configuración de la humanidad, en el que intervienen tres elementos que determinan el progreso de la especie humana: el lenguaje como la virtualización del tiempo, la técnica como la virtualización de la acción y el contrato como la virtualización de la violencia.*" (Montagu, et.al., 2004, p 61)

En este sentido el hombre es capaz de comprender el mundo, lo formula, lo reconstruye y de-construye constantemente y pasa todos sus conocimientos de generación en generación a través de uno de los elementos más importantes de la cultura: **el lenguaje**³.

3 Los humanos habitan en un espacio virtual gracias al lenguaje y eso los mantiene 'prisioneros' del aquí y del ahora. Gracias al lenguaje hay una virtualización del tiempo real y por eso el hombre construye relatos para transmitirlos a su generación.

"Esta virtualización del tiempo le otorga al hombre la capacidad de generar metáforas y construir relatos que transmiten conocimientos o creencias a sucesivas generaciones" (2004, p. 63). Sin olvidar que para Lévy "el lenguaje virtualiza el tiempo actual." (2004, p. 63).

Con la **técnica**⁴ el ser humano, desde su mente, crea un instrumento que puede materializar en diversas formas y dimensiones. Es una herramienta para desarrollar una determinada actividad, sin olvidar que también es un objeto técnico que pone al servicio de la virtualización. En este punto es importante mencionar que mientras Marshall McLuhan (1964) en sus postulados dice que las herramientas son simples prolongaciones del cuerpo, Lévy agrega que es la virtualización de la acción. (1999)

Ya el **contrato**⁵ tiene otro objetivo, el de mejorar y estructurar la relación con los otros a través de leyes y códigos que no se pueden ignorar dentro de una determinada comunidad. El contrato tiene como propósito evitar uno de los fenómenos sociales que enfrenta el ser humano desde que tiene uso de razón: la violencia. A medida que las relaciones entre los miembros de un mismo sector se van deteriorando

o volviendo complejas, va creciendo el contrato como una forma de control; así los problemas no van a ser tan agobiantes y habrá más orden. "El contrato como entidad virtual establece las relaciones humanas dentro de una serie de parámetros que no se pueden violar, modificar o alterar." (Montagu, et. al., 2004, p. 66)

En el contrato tampoco hay que dejar de lado la otredad, entendida como la necesidad de que el otro exista y tenga ciertos derechos y deberes para vivir en comunidad. Por lo tanto, no pueden existir seres aislados o alejados del mundo; la premisa es manejada con mayor claridad por el autor **Edgar Morin** de la siguiente manera: "*que se entienda desde ahora mi camino: es un movimiento sobre dos frentes (refiriéndose al pensamiento complejo), aparentemente, divergentes, antagonistas, pero inseparables ante mis ojos; se trata ciertamente, de reintegrar al hombre entre los otros seres naturales para distinguirlo pero no para reducirlo.*" (1990, p. 39).

De esta forma, la virtualización plantea un nuevo tipo de estética nómada que no sigue líneas dentro de un punto dado, sino que salta de un estado a otro, ya no tiene un lugar fijo de llegada, sus relaciones han cambiado por completo, todo lo

4 Es el producto intelectual que sale del pensamiento del hombre, algo material para vivir en el mundo red.

5 Los protagonistas son los hombres y sus relaciones en la comunidad que establecen parámetros para evitar la violencia.

realiza a través de una interfaz y está dentro de una comunidad virtual, en donde lo actual se traslada a un espacio virtual y los códigos se redefinen continuamente.

Surge, a partir de los planteamientos anteriores, un primer gráfico ternario, que propone ilustrar con precaución un constante movimiento entre lo actual - lo virtual - los dispositivos :

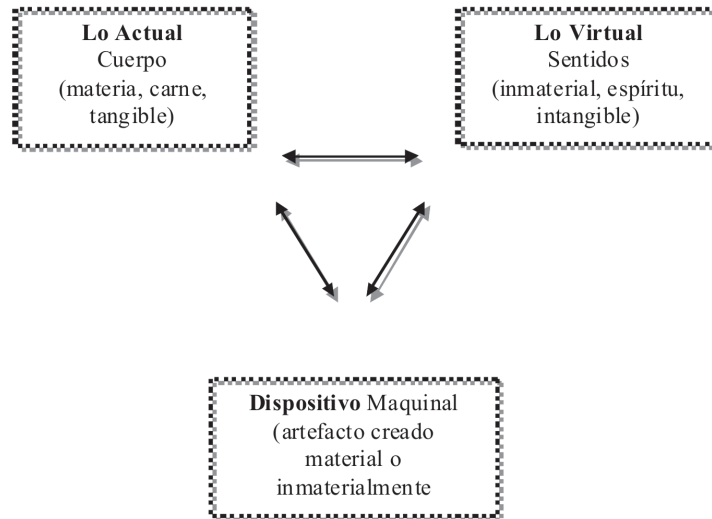


Gráfico 1. Terna: actual - virtual - dispositivo. fuente: elaboración propia (2008)

En dicha terna **lo actual** es el mismo cuerpo, es aquella entidad tangible y material que configura al hombre, al presente. **Lo virtual** es entendido como el pensamiento intangible, como los sentidos activadores del cuerpo, y **los dispositivos** son entendidos como los artefactos maquinales materiales o inmateriales, creados por el cuerpo y los sentidos, como extensión de ellos mismos.

porte para todas las actividades que desarrolla. "*Lo anterior es uno de los motivos por los cuales Pierre Lévy propone la virtualización, como una continuación de la hominización, que sin duda alguna, complementa el proceso que el hombre ha traído durante toda su historia y no lo interrumpe o cambia de manera abrupta*". (citado en: Muñoz, 2007)

LA COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA

Ahora bien, desligar totalmente lo humano de su entorno tangible, es apenas una suposición, los signos e imágenes que lo acompañan en su proceso de crecimiento son un so-

Con lo digital, la tradicional estructura informativa ha sufrido grandes cambios, la relación emisor-mensaje-canal-receptor es modificada porque ya en la virtualización, o mejor aún,

en la Cibersociedad, surge una cantidad indefinida de receptores (perceptores) y de canales que reconfiguran la información perpetuamente.

Jesús Martín Barbero (2001) respalda estas posturas cuando dice que *"las tecnologías de la información y la comunicación se constituyen en enclaves de condensación e interacción de mediaciones sociales, conflictos simbólicos e intereses económicos y políticos, al tiempo que son el espacio para la emergencia de nuevos sujetos y nuevas relaciones"* (p. 76).

Esta conjunción de los fenómenos de la virtualización pone de manifiesto la aparición de una cultura imperiosamente digital, en donde la interactividad rompe el modelo de comunicación unidireccional y establece la participación del receptor como función imprescindible.

Dichas distinciones comunicativas pueden ser entendidas con la siguiente gráfica:

Modelo Unidireccional	Modelo interactivo
<p>MENSAJE: cerrado, inmutable, lineal, secuencial</p>	<p>MENSAJE: modificable, en mutación, en la medida en que responde a las solicitudes de quien opera el mensaje</p>
<p>EMISOR: "presentador" o narrador que atrae al receptor (de manera más o menos seductora o por imposición) a su universo mental, su imaginario o su "receta".</p>	<p>EMISOR: diseñador que construye una red (no una ruta) y define un conjunto de territorios a explorar; no ofrece una historia para oír, sino un conjunto intrincado (laberinto) de territorios abiertos a navegaciones, interferencias y modificaciones.</p>
<p>RECEPTOR: asimilador pasivo.</p>	<p>RECEPTOR: "usuario" que manipula el mensaje como coautor, co-creador, verdadero responsable de su concepción.</p>

Gráfico 2: Modelos comunicativos, Fuente: Silva, (2005, p 35)

De esta manera, las tecnologías digitales proporcionan un escenario para la interconexión y para la participación constante del receptor, inducida por la interactividad y por la generación recíproca de contenidos. Ambas son condiciones sin las cuales no es posible concebir una estética de lo digital.

En este sentido, la participación del otro es fundamental para la interactividad, *"las tecnologías digitales on line, traen en su naturaleza esa dimensión comunicacional, que permite al espectador clásico actuar también como emisor, como colaborador y como cocreador"*. (Silva, 2005, p 52)

Estas complejas relaciones que trastocan la cultura, las dinámicas de comunicación y la estética,

reconfiguran el papel del **espectador** y de los **productores**, generando una mutación que hace diluir sus diferencias en un mar de posibles representaciones, es decir, para la estética digital contemporánea los límites entre uno y otro son totalmente difusos. *"Así para el espectador, se instaure una relación distinta con el mundo a través de su percepción, dado que la interactividad actualiza las imágenes transformando los contenidos simbólicos de los objetos del mundo virtual."* (Hernández, 2005, p 146)

Los fenómenos y los procesos de la virtualización anteriormente planteados, propician la generación de una segunda relación ternaria (Lizarralde, 2008), que evidencia el surgimiento de interfaces basadas en el principio de interactividad:

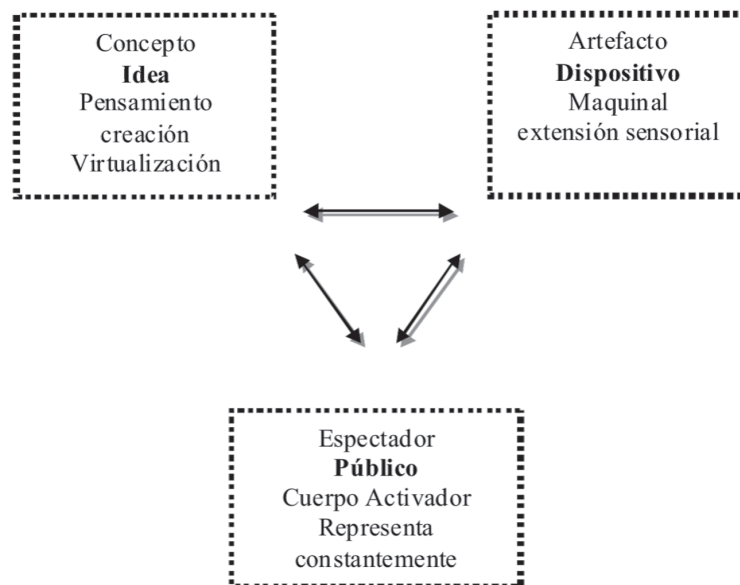


Gráfico 3. Terna: idea - concepto - público, fuente: elaboración propia (2008)

En esta triada, **la idea** es entendida como el proceso de conceptualización, de creación y de virtualización propio de la especie humana. **Los dispositivos** por su parte se establecen como el artefacto, la programación, la máquina, la extensión del cuerpo sensorial, y **el público** (que ya no es pasivo) como un usuario con la capacidad de generar contenidos, de ser más que receptor, ser un perceptor que representa y cuestiona constantemente.

En este sentido, Jordi Alberich señala que *"el proceso de virtualización de la producción estética desplaza su vínculo anterior a un lugar concreto y pasa a definir entidades desligadas de unas coordenadas fijas. Lo virtual se da en una ubicuidad problemática de inercias, interacciones, procedencias y recepciones a la vez únicas y múltiples. Existe sin que esté. Designa entidades desvinculadas de una actualización estable y admite manifestaciones en múltiples formas y situaciones gracias a su capacidad de convertirse en cualquier nodo del espacio informático, dotado de conectividad o bien de presentarse en él."* (2007, p 3)

Así, la interactividad crea nuevas realidades establecidas en el uso de lo digital, en este sentido Iliana Hernández considera que *"lo numérico introduce un nuevo orden visual, y más específicamente perceptivo, que sustituye la representación por la simulación"*

(2005, p 144). En este sentido, la movilidad constante entre lo actual y lo virtual establece una nueva y potente dimensión creativa.

La interactividad también proporciona la aparición de complejos sistemas y modelos comunicativos como el hipermedia. Para su definición es importante mencionar que dichos modelos *"se basan en tres componentes: funcionan sobre hipertexto (lectura no lineal del discurso), integra multimedia (utiliza diferentes morfologías de la comunicación, como animaciones, audio, video, etc.); y requiere una interactividad (capacidad del usuario para ejecutar el sistema a través de sus acciones)"* (Rodríguez, 2002, p 162). En esta dinámica interactiva el inicio y el fin de las producciones digitales es absolutamente relativo e indeterminado.

Por su parte, Marco Silva plantea que: *la cultura de la interactividad en la era digital puede ser definida como modos de vida y de comportamientos asimilados y transmitidos en la vivencia cotidiana, marcados por las tecnologías digitales mediando la comunicación y la información e interfiriendo en el imaginario del sujeto. Esta mediación y esta interferencia se corresponde hoy en día con las características de una nueva lógica comunicacional, que ya no está definida por la centralidad de la emisión, como en los medios tradicionales (radio, prensa, televisión), ni en su lógica de la distribución (perspectiva de la concentración de medios, de la*

uniformización de los flujos, de la institución de legitimidades), sino por la lógica de la comunicación (perspectiva de la red hipertextual, de lo digital, de lo aleatorio, de la multiplicidad, de la inmaterialidad, de la virtualidad, del tiempo real, de la multisensorialidad, de multidireccionalidad, de los hipermedia) (2005, p 68).

Otro de los teóricos que proporciona pistas importantes sobre la concepción de hipermedia es Isidro Moreno, uno de los intelectuales más representativos en el estudio de los relatos digitales y la influencia que éstos tienen sobre la estética.

Para Moreno, es relevante mencionar que *"la narrativa hipermedia plantea apasionantes retos a autores, lectoautores e investigadores. Retos narrativos y retos tecnológicos convergen en un mismo espacio, encaminado a la creación de mejores relatos"* (2003, p 29). Su posición insinúa también la importancia de la creación enmarcada en el trabajo colaborativo, en el uso de las convergencias mediáticas y en la interacción facilitada por los procesos de la virtualización, inicialmente abordados.

Dicho así, es la interactividad la que provoca el nacimiento de un nuevo receptor (coautor o perceptor), quien participa y genera contenidos

incesantemente, un sujeto que tiene la posibilidad de interactuar y transformar la información.

La participación que se está proponiendo, puede ser clasificada en los siguientes grados de interactividad:

1. *Participación selectiva. Se da cuando la interactividad se reduce exclusivamente a seleccionar entre las opciones que ofrece el programa.*
2. *Participación transformativa. El usuario no sólo selecciona los contenidos propuestos por el autor, sino que también puede transformarlos.*
3. *Participación constructiva. El programa permite al usuario seleccionar, transformar e, incluso, construir nuevas propuestas que no había previsto el autor. (2003, p 96)*

La clasificación anteriormente esbozada, se potencia mediante el uso de dispositivos tanto de hardware (actual) como de software (virtual) que funcionan como sistema y estructura del hipermedia, ellos adquieren el nombre de *"interficies"*⁶, (Londoño, 2005, p 10) y éstas son las encargadas de generar una retroalimentación interactiva entre el ser humano y la máquina. Al respecto, Felipe Cesar Londoño plantea que *"las interficies de los ordenadores invitan a los sujetos a*

⁶ Las interficies son traductoras que se establecen entre un contenido semántico y una fuerza o impulso físico, y su diseño es una fusión de arte, tecnología y procesos comunicativos.

interactuar con las máquinas y a navegar por las redes, activando no sólo el aparato visual, sino también otros sentidos que complementan la sensación de inmersión en los espacios virtuales". (2005, p 12)

Las interfaces entonces, son las encargadas de provocar la participación, ello se evidencia tanto en la inmersión de obras sensoriales (instalaciones), como en las aplicaciones interactivas. Lévy hace alusión a tres características de los procesos de participación en lo virtual:

1. *Participación de aquellos que lo experimentan, interpretan, exploran o leen. El espectador es llamado a intervenir directamente, a hacer que la obra acontezca.*
2. *Creación colectiva-creación continua: la obra virtual está abierta para su construcción. Cada que ocurre revela un nuevo aspecto.*
3. *Declinación del autor y del reconocimiento de la propiedad. (1997, p 94)*

A MANERA DE CONCLUSIÓN

La estética digital propicia la creación de productos interactivos (me-

dia art) y sistemas comunicativos hipermedia, se introduce además un umbral imprevisible de múltiples entradas, en donde el usuario se reviste con el poder de la co-autoría y sus intervenciones enriquecen cada vez más su potencial estético.

Es importante tener en cuenta que todo lo expuesto anteriormente, configura una posibilidad investigativa y teórica que vislumbra los desafíos y las emergencias que se presentan al momento de plantear un juicio sobre la concepción de estética digital. Una estética contemporánea totalmente volátil y mutante, que se reconfigura día a día y que no tiene coordenadas de navegación establecidas.

En este sentido, es preciso aclarar que son múltiples los lugares de abordaje y son diversos los medios y canales de comunicación ávidos de ser analizados desde una postura estética abierta, que tenga en cuenta las cambiantes relaciones espacio-temporales, las convergencias, las interfaces, la interactividad, y los versátiles procesos de virtualización del conocimiento.

BIBLIOGRAFÍA

ALBERICH, Jordi (2002). En tránsito 7.0, Apuntes para una estética de los entornos Digitales, disponible en: <http://www.uoc.edu/artnodes/esp/art/jalberich1002/jalberich1002.html> consultado el 2 de febrero de 2009.

Baudrillard, Jean. (1993). Cultura y simulacro. Barcelona: Kairos.

BENJAMÍN, Walter. (1936) Ensayo "La obra de arte en la era de la reproductividad técnica", disponible en: www.bienalfindelmundo.org/.../laobradearteenlaepocadesureproductibilidadtecnica.pdf - consultado el 20 de noviembre de 2008.

BLÁZQUEZ, Niceto. (2008) El uso de la razón, Madrid: Visión Net.

CASTAÑO, Alés E. (2000). Investigación sobre los orígenes del arte cibernético en España - Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/FichaObra.html?Ref=3162>

ECHEVERRÍA, Javier. (1994). Telépolis. Barcelona: Ediciones Destino, S.A.

GIANNETTI, Claudia. (2002). Estética digital, Barcelona: Asociación de cultura contemporánea.

GIANNETTI, Claudia. (2008). Aesthetic Paradigms of Media Art. Alemania, Disponible en :http://www.medienkunstnetz.de/themes/aesthetics_of_the_digital/aesthetic_paradigms/scroll/- consultado el 4 de febrero de 2009.

HERNÁNDEZ, Iliana (2005). Estética, Ciencia y Tecnología. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

HERNÁNDEZ, Iliana (2005). Mundos virtuales interactividad e imagen numérica, Revista KEPES, año 2 Nro. 1, Enero-Diciembre, pp123-137.

HERNÁNDEZ, Iliana (2003) Imagen numérica y creaciones electrónicas, Tecnocultura y Comunicación, Bogotá: U. Javeriana.

LÉVY, Pierre. (1999) ¿Qué es lo virtual? Barcelona: Paidós.

LÉVY, Pierre. (1997) Cibercultura: Informe para el Consejo de Europa. Barcelona: Anthropos.

LÉVY, Pierre. (2004). Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio. Figuras de espacio y de tiempo, disponible en: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/?lang=es> - consultado el 10 de enero de 2008.

LIZARRALDE, Christian. (2008). Conferencia "La virtualización sensorial" Museo de arte de Pereira.

LONDOÑO, Felipe C. (2005). Interficies de las comunidades virtuales, Revista KEPES, año 2 N° 1, Enero-Diciembre, pp 57-92.

MONTAGU A; Pimentel D, y Groisman, M. (2004). Cultura digital: comunicación y sociedad. Buenos Aires: Paidós.

MORIN, E. (1990). Introducción al Pensamiento Complejo. Barcelona, Editorial Gedisa, S. A.

MORENO, Isidro. (2003). Musas y nuevas tecnologías , el relato hipermedia, Barcelona: Paidós.

MÖEBIUS, August Ferdinand. (t 2008) El efecto de la cinta de Moebius. Disponible en:<http://www.paginadigital.com.ar/articulos/2002rest/2002oct/textos/moebius25-10.html> - consultado el 13 de febrero de 2008.

MUÑOZ. L. J. (2007). Ensayo sobre el nuevo ser Virtualizado, línea de investigación COCUES. Pereira: UCPR

NARVÁEZ, Ancizar. (2005) Sujeto, cultura y dinámica social, ¿Qué entender por cultura? P.197 Bogotá: Anthropos.

NEGROPONTE, N. (2001) El mundo digital. Barcelona: Grupo editorial Norma. Pereira, J. M. (2005). Tecnocultura y Comunicación. Bogotá: Editorial Universidad Javeriana.

PENA VERA, Tania y PIRELA MORILLO, Johann. La complejidad del análisis documental. *Inf. Cult. Soc.*, ene./jun. 2007, no.16, p.55-81. ISSN 1851-1740.

RODRÍGUEZ, Jaime A(2002). *El hipermedia narrativo. Tecnocultura y comunicación*, Bogotá: U. Javeriana.

SILVA, Marco (2005). *Educación Interactiva, enseñanza y aprendizaje presencial y On - line*, Barcelona: Gedisa.

