

REFLEXIONES EN TORNO A LOS USOS DE LA REPRODUCCIÓN TÉCNICA

Anahí Lacalle

Universidad Nacional de La Plata – Facultad de Bellas Artes

Resumen

El desarrollo de la reproducción técnica que comienza a principios del siglo XX, da lugar a un nuevo paradigma estético en el que los modos de concebir las imágenes, de producirlas, de percibir las y de relacionarnos con ellas, se ven ampliamente transformados. Estas transformaciones no sólo afectan las concepciones en torno al arte, sino también nuestra forma de vida y de concebir la realidad.

En lo que respecta al campo artístico, la posibilidad de la reproducción de imágenes, en los diferentes formatos y medios de circulación (fotográfico, cinematográfico, gráfico, televisivo, digital), pone en cuestión el concepto de obra, de artista y de público, y genera diversas lecturas y respuestas tanto por parte de artistas como por parte de teóricos, como es el caso de Walter Benjamin. Pero además es tal el grado en que irrumpe la técnica con sus mecanismos y productos, que el ámbito de la estética se expande, dejando de estar exclusivamente vinculada al arte, y abarcando también problemáticas de orden político, económico y social.

En el presente trabajo, y a partir del análisis de diversos autores, se pretende desarrollar a grandes rasgos cuatro aspectos en los que el uso de la reproducción técnica tiene implicancia. En primer lugar, la generalización de la estética como el nuevo paradigma estético del siglo XX. En segundo lugar el caso del Arte Pop, como una expresión artística que lleva de alguna manera al extremo la cuestión de la reproductibilidad y los usos técnica. En tercer lugar, los cambios que generan tanto en la relación del individuo con la imagen como en la relación de éste con la ciudad, tres fenómenos fundamentales de quiebre: el cine, la televisión y la imagen informática. Y por último, y a modo de conclusión, la cuestión de la construcción de la realidad, a partir del análisis de la película *F for fake* de Orson Wells.

La generalización de la estética

Uno de los aspectos más importantes de la reproductibilidad técnica es el carácter masivo de su alcance. El surgimiento de medios como la fotografía, el cine, la radio, la televisión, y hoy en día también, la informática e Internet, ha dado lugar a una forma de transmisión y recepción de información, de discursos, de imágenes, como nunca antes se había conocido, modificando de manera radical y para siempre el modo de percepción.

Dicho fenómeno se originó en el seno de las ciudades, a la par que el desarrollo de las multitudes de población en torno a los nuevos centros industriales a fines del siglo XIX, principios del XX, e implicó la industrialización de la producción visual, auditiva y audiovisual, permitiendo la posibilidad de la reproducción ilimitada de dichas producciones y la diversificación en los modos y medios de circulación, recepción y consumo de dichos productos.

Walter Benjamin en su obra *El arte en la época de la reproductibilidad técnica* (1936) realiza un análisis de esta situación y de las implicancias estéticas y políticas de las nuevas técnicas de reproducción -especialmente el cine- como nuevas formas por las que discurre el arte. Según plantea, pueden ser tanto utilizadas por las masas para su emancipación, lo que implicaría la politización del arte; o, en el sentido contrario, por los gobiernos, ya sean democráticos o totalitarios (sobre todo éstos), para su dominio y el mantenimiento en el poder, a través de la estetización de la política.

Esto se ve, por un lado, en el realce de las figuras de liderazgo y el reforzamiento del discurso ideológico-político a través de ciertos dispositivos estéticos, tanto auditivos como visuales, que además funcionan mayoritariamente de manera subliminar. Por otro lado implica el tratamiento de la guerra como si fuera un espectáculo: se transmite por los medios con el fin de producir placer estético en sus receptores, resaltándose la forma, en detrimento del contenido. Esto guarda una gran relación con la expresión, surgida a principios del siglo XIX, “el arte por el arte”, la cual según Benjamin, niega la función social del mismo, es decir, cualquier relación “extra-artística” que pueda tener, y valora exclusivamente la dimensión estética de la obra.

Esta exaltación de lo estético no se da solamente en el terreno del arte. Tal como sucede con la estetización de la política, el fenómeno de la reproductibilidad técnica ha dado lugar a un proceso de estetización generalizada, lo que José Jiménez llama “estética envolvente”¹. Este fenómeno es consecuencia de la expansión de la técnica, tanto en lo que respecta a la diversificación de medios y soportes (radial, televisivo, cinematográfico, gráfico, informático, etc.), que permite que una misma imagen pueda encarnarse en uno u otro, como en lo referente a la incidencia masiva de dichos medios: toda la sociedad tiene acceso a ellos y se integran a nuestras vidas impregnando casi todos los espacios en los que nos desenvolvemos, y haciendo que se pierda la antigua distancia reverencial que se tenía frente a las obras (en un sitio específico: el museo), secularizando la experiencia estética. Pero además, convirtiéndola en objeto de consumo, ya que lo que moviliza el desarrollo de la reproductibilidad técnica, lo que moviliza en primera instancia a la industria cultural, es el sistema mercantil.

Es entonces que, según Jiménez, la estética del siglo XX se constituye a través de tres nuevos pilares: el diseño industrial, la publicidad y los medios de comunicación de masas. Estos dan lugar a nuevas exigencias que giran en torno a la técnica y al confort, despojando al arte de su antigua hegemonía en la configuración de la sensibilidad y del gusto.

El Arte Pop como respuesta artística del nuevo paradigma

En su intento por comprender la estética del siglo XX, Jiménez² realiza un análisis de las corrientes artísticas que, junto con el desarrollo de la técnica, transforman el paradigma de la representación y la percepción. Si bien su tesis se centra en la separación que la estética sufre respecto del arte como su ámbito exclusivo, no deja de lado las incidencias que éste tiene en dicha transformación, así como las diferentes posiciones que han tomado artistas y movimientos con respecto a la expansión de la técnica.

En primer lugar, toma por caso el cubismo y la ruptura que genera inaugurando una serie de categorías nuevas: la mirada múltiple en lugar de la unifocal, las formas que expresan el interior del artista en lugar de imitar a la naturaleza, el poder de creación y de invención visual, y la liberación de las normas y convenciones de realización artística. A partir de aquí, se inicia un camino heterogéneo, un abanico de propuestas expresivas tendientes a mostrar el mundo de manera diferente.

En este sentido se desarrollan las vanguardias, algunas apoyando la efervescencia de la técnica y la velocidad de la nueva era industrial, e inclusive

¹ Jiménez, José, “El arte de nuestro tiempo y la estética envolvente”, en: *Teoría del arte*, Tecnos, Madrid, 3º reimpresión, 2006

² Jiménez, José, “El arte pop y la cultura de masas”, en: *Teoría del arte*, Tecnos, Madrid, 3º reimpresión, 2006

celebrando la guerra, como el caso del Futurismo; y otras, oponiéndose, como el caso del Dadaísmo. Pero el caso más notorio es el del Arte Pop, corriente que se desarrolla entre los '50 y los '60. Aquí, en el camino por alejarse de la naturaleza y acercarse a la cultura, la representación se vuelca a los mismos medios técnicos de reproducción y a sus productos. Artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein y Richard Hamilton toman las imágenes que son producto del desarrollo industrial y tecnológico de la sociedad de consumo, y las reproducen en sus obras.

En el terreno de lo formal son innovadores en cuanto a los soportes y materiales (plástico o madera, y pintura acrílica) y por la utilización de colores brillantes y plenos, dando como resultado imágenes sintéticas y fácilmente “legibles” (*Figura 1*). Sin embargo, según critica el Jiménez, no hay pretensión de un cuestionamiento hacia los productos industriales o el sistema industrial; sino más bien se los imita, realizando y hasta vanagloriando dichos productos y los modos en que se producen, se distribuyen y consumen.

En este sentido no hay innovación, sino repetición. No sólo en tanto se reproduce la imagen de productos ya masivos, como el rostro de figuras públicas o del espectáculo como Marilyn Monroe o Jacky Kennedy (*Figuras 2 y 3*), o la imagen de un producto del mercado alimenticio como la lata de sopa Campbell (*Figura 4*), sino también porque el modo en que lo hacen es también seriado. Reforzando aún más el carácter repetitivo que los productos representados ya tienen de por sí.

Lo interesante del Arte Pop, reconoce Jiménez, es que al ocuparse de los signos de la vida cotidiana, acerca de alguna manera el arte a la vida, pretensión de todas las vanguardias. Pero a una vida del orden de lo privado, del interior del hogar de las clases medias, tal como lo demuestra Hamilton en sus collages (*Figura 5*). Una vida conformada y configurada por el diseño -de interiores, de mobiliarios y de indumentaria-, por los electrodomésticos, por la publicidad y por los medios de comunicación. Vida que implica un *estilo* de vida, el americano, basado en el consumo y el confort, y que se intenta propagar por doquier. Con esta impronta el Arte Pop, lejos de adherir a la universalización del arte que propugnaban las vanguardias, se suma a la universalización del consumo y a la americanización del arte, del sistema capitalista norteamericano. Privilegiando la técnica industrial en detrimento de la destreza manual, la repetición y redundancia de imagen en detrimento de la innovación formal; y con ellas, la superficialidad en detrimento del contenido conceptual, la receptividad pasiva en detrimento de la interpretación creativa. Así, favorece la indistinción de imágenes y la homogeneización de la representación y de la mirada, atentando contra el ejercicio del juicio estético y reforzando el descentramiento del arte del ámbito de la estética.

Modos de experimentar la ciudad: tres momentos de transformación a partir de la técnica

Además de los cambios mencionados y en profunda relación con éstos, el uso de la técnica ha ido modificando también los modos de experimentar el ámbito urbano, la ciudad como espacio social, público y de referencia identitaria compartida. Estas transformaciones en las formas de sensibilidad, han ido configurando lo que Martín-Barbero³ llama el “*sensorium* moderno” de la sociedad, que se ha dado a través de tres momentos marcados por el surgimiento y desarrollo del cine, la televisión y la imagen digital, respectivamente.

³ **Martín-Barbero, Jesús**, “Estética de los medios audiovisuales”, en: *Estética*, Edición de Ramón Xirau y David Sobrevilla, Editorial Trotta, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2003.

El cine es uno de los fenómenos más influyentes en la nueva era de la reproductibilidad técnica, en la transformación de la percepción. Al analizarlo, Benjamin lo compara con el arte moderno y tradicional, el cual posee una característica que con el cine se derrumba: el aura. El carácter aurático de una obra está dado por la experiencia estética del estar frente a ella cara a cara, en un "aquí y ahora", una experiencia de su unicidad, de su autenticidad. Implica una relación de carácter cultural, de origen religioso, que ya aparecía en el arte tradicional, pero que en la Modernidad, y a pesar de la secularización del arte, es realzado a la par que aumenta el valor mercantil de las obras. Está emparentado con la percepción contemplativa, reflexiva y de admiración frente al objeto artístico, que se da en el museo.

En el cine, por su naturaleza técnica y reproductiva, la experiencia de unicidad se pierde. No sólo por tratarse de producciones realizadas desde un comienzo en serie y de manera industrial, sino porque las copias -ninguna de las cuales es "la auténtica"- se distribuyen por doquier, y se reproducen en lugares y momentos diversos. El carácter masivo de su difusión se experimenta, también, en la sala de cine donde se proyectan las películas, a la cual asisten numerosas personas simultáneamente, y a la cual, además, tienen acceso todas las clases, diferenciándose del arte de élite moderno.

Esto en relación a su producción y distribución. Pero también se produce un quiebre importante con respecto a la imagen, ya que ésta pasa a ser dinámica, cambiante; lo que permite, por un lado, el descentramiento del punto de vista, que pasa a ser múltiple por la variedad de encuadres y el movimiento aparente que genera la sucesión de fotogramas; y por el otro, un tipo de recepción menos atenta y reflexiva, que se opone al recogimiento de las obras auráticas propias de la Modernidad. A esta nueva modalidad Benjamin la llama "recepción en la distracción". El valor de la obra ya no es el culto, sino la exposición pública y el placer máximo e inmediato que la imagen pueda producir en los espectadores.

De este modo la percepción se hace dispersa, no sólo por las características de la imagen, sino también por la experiencia multitudinaria que implica la sala de cine. Imagen múltiple y dispersión son, entonces, los dos principios en torno a los cuales gira la nueva forma de percepción inaugurada por el cine. Y es el cine también, el nuevo lugar en el que se desenvuelven el imaginario de las personas, los mitos a través de los cuales se construye la identidad individual y colectiva. Ya que éste muestra, tanto por sus referentes como por las características técnicas propias, los aspectos de la nueva vida en las ciudades: el movimiento y la aceleración del tiempo, el shock auditivo y visual (de la máquina, los autos, los carteles), las multitudes congregadas, etc.

Según Martín-Barbero, el segundo momento que da lugar al nuevo *sensorium*, es la televisión. Posterior al surgimiento del cine, es también una experiencia audiovisual de influencia masiva, que si bien guarda algunas semejanzas con aquel, funciona de un modo diferente.

Una de sus características principales es que, al estar presente dentro de los hogares, la experiencia audiovisual se vive en forma privada. Las personas no tienen que salir para reunirse en una sala con otros, sino que desde el interior de su casa miran hacia afuera, por medio de la pantalla. Esto da lugar a una relación distante respecto del entorno más próximo: la ciudad. De este modo, la relación de los individuos con ella se ve alterada por una percepción ilusoria de la misma, ya que más que experimentarla por la vía pública se la observa y experimenta desde adentro, a través de la mediación de la programación televisiva.

Consecuentemente, se pierde el sentido de pertenencia y la ciudad se transforma en un "no-lugar", en detrimento de las instancias de construcción colectiva y de participación política. Y en oposición a esto, pero también en relación a la vivencia espacial, se puede experimentar una sensación de cercanía respecto de los sitios, temas o historias que la televisión nos presenta, por más lejanos que sean en el

plano concreto. Lo que puede dar lugar a la incorporación de pautas culturales de países muy distantes y distintos al nuestro.

De igual modo que con el espacio, la percepción del tiempo se distorsiona: las imágenes se dan en forma veloz y simultánea. El presente se hace constante y la relación con el pasado se pierde. No hay relato, o si lo hay, está totalmente fragmentado. Para Martín-Barbero la nueva lógica que la televisión instaure, gira en torno a esta fragmentación, pero también en torno a otro aspecto: el flujo. El primero alude tanto al relato televisivo, que se muestra como un collage, de imágenes y discursos, rompiendo con la idea de unidad de sentido que puede presentar una producción cinematográfica, como a la relación con la ciudad y esa experiencia ilusoria, virtual que de ella se tiene. El segundo aspecto, el flujo, hace referencia al hecho de que la televisión, mientras está prendida, nunca se detiene. La sucesión de imágenes es constante, no cesa nunca, no importa si se trata de un mismo programa o un mismo canal, o varios. Un claro ejemplo del alcance de esta característica, y que demuestra los cambios que la televisión ha producido en relación a la estética, es la práctica del zapping y el placer estético que dicha práctica produce.

El tercer fenómeno audiovisual de nuestra era está dado por la informática y los soportes digitales. Según Barbero, la cantidad y variedad de medios es tal, que ha superado los límites de lo visual, dando lugar a nuevas estructuras complejas, intertextuales, que requieren de nuevas competencias por parte de los usuarios y otro posicionamiento frente a la imagen. Dicha complejidad se refleja en lo que él llama un “*sensorium-palimpsesto*”, que implica la estratificación de relatos y de imaginarios, pasados y presentes, que si bien se superponen, dejan entrever lo que está más atrás; permitiendo que no se pierda lo anterior, sino que se integre a lo nuevo.

La cultura y la historia, se viven a partir de este momento, en conexión o desconexión a la tecnología. La “ciudadanía” ya no se experimenta, entonces, a partir de la interacción de los cuerpos en un espacio empírico común, sino en interconexión con la red virtual. Una red en la que coexisten relatos, modelos culturales y “territorios” de diversa índole que reconfiguran, asimismo, la identidad y los modos en que se construye.

Por otra parte la posibilidad de simular realidades a través de diversos dispositivos sensoriales (imagen, sonido, tacto, etc.), es decir la virtualización, trae consigo nuevos planteos en el terreno de la estética, como el cuestionamiento por los límites entre realidad y ficción. Según Claudia Giannetti⁴ la realidad es una construcción subjetiva, que varía de acuerdo al paradigma cultural, histórico, cognitivo, etc., por lo que definirla o establecer sus límites es una tarea compleja.

La imagen virtual, por su lado, genera la ilusión de realidad, es decir, se vive como tal. Tiene una lógica interna, y el sujeto opera en ella manipulando sus elementos y provocando distintos efectos. Esta interacción no sería posible si el sujeto no se sometiera o a ella y a su ordenamiento, si no la viera ni se viera a sí mismo desde adentro, experimentándola como real. Pero al mismo tiempo como irreal, desde afuera, ya que es consciente de que se trata de una ilusión. Giannetti llama a esta nueva relación: “endoestética” o “estética de la simulación”.

Consideraciones finales acerca de los usos de la reproducción y la construcción de realidad

A modo de conclusión presento un breve análisis de la película “F for Fake” de Orson Wells, que fue utilizada por la cátedra de Fundamentos Estéticos como cierre

⁴ **Giannetti, Claudia**, “Estéticas de la simulación como endoestética”, en: *Estética, ciencia y tecnología. Creaciones electrónicas y numéricas*, Iliana Hernández García (compiladora), Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2005.

de su segunda unidad⁵, y que plantea algunas cuestiones sobre la construcción de realidad en relación a los usos de la técnica.

La película se presenta como un documental que narra, en principio, la historia de un famoso falsificador de cuadros, Elmyr de Hory y su relación con Clifford Irving, su biógrafo⁶, durante su estadía en la ciudad de Ibiza. En segundo lugar, cuenta un episodio en la vida de Picasso, en el que el pintor es presa de un engaño por parte de una de las modelos de sus obras. En ambos casos, filmaciones, fotos, entrevistas y audios de los personajes se complementan con la voz e imagen de un narrador que los presenta y los comenta, que no es más ni menos que su director.

Lo curioso de estas historias que tratan sobre falsificadores y engaños, es que son, justamente, falsas, aunque en apariencia parezcan verdaderas. Imágenes y textos están manipulados y presentados de manera tal que resultan totalmente verosímiles. Esto se logra principalmente a través del montaje, que consiste en un recorte y selección de elementos, en su ordenamiento espacial y temporal y en el hilvanamiento final de las partes en la conformación de un relato unificado. Es, en definitiva, una total construcción. Inclusive si se trata de un documental -género del cual se espera, ya sea por su contenido como por su metodología de acceso y tratamiento del mismo, cierto grado de compromiso con la verdad-, las fuentes, por más extraídas que estén de la realidad empírica, se conforman en la producción audiovisual, de este modo.

En definitiva, el film pone en cuestionamiento, a través del contenido y de su forma, lo que sucede con los medios técnicos de reproducción en la construcción de realidad. Se trata de la capacidad que tienen los recursos audiovisuales, por su pregnancia y su alcance masivo, de generar en el espectador la ilusión de que lo que se muestra es verdadero. Pero también de la intención con la que estos medios técnicos se ponen en funcionamiento en la producción de imagen y de discurso.

Por lo tanto, si el montaje es un recorte de la realidad, entonces cabe preguntarnos quién hace ese recorte, con qué fines y qué es lo que se deja de lado. Sobre todo teniendo en cuenta que es la lógica del mercado la que generalmente impulsa la industria cinematográfica y mediática, e impone sus normas en pos de intereses lucrativos, promoviendo el consumo y la conservación del *statu quo*.

Bibliografía

Barragán, Hernando, *Software: ¿Arte?* En: Las prácticas mediáticas predigitales y postanalógicas. Jorge La Ferla (compilador). MEACVAD_08, Buenos Aires, 2008

Buchar, Inés, "Arte autónomo y arte politizado", en: *Cuestiones de arte contemporáneo*, Elena Oliveras (editora), Emecé, Buenos Aires, 2009

Ciafardo, Mariel, "F de ficción. Una aproximación a *F for Fake*, de Orson Welles", en prensa

Flugelman, Iván, *Diseño audiovisual*. En: Las prácticas mediáticas predigitales y postanalógicas. Jorge La Ferla (compilador). MEACVAD_08, Buenos Aires, 2008

Giannetti, Claudia, "Estéticas de la simulación como endoestética", en: *Estética, ciencia y tecnología. Creaciones electrónicas y numéricas*, Iliana Hernández García (compiladora), Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2005

⁵ "Estética, tecnología y nuevos medios de producción visual", es la segunda unidad de la materia Fundamentos Estéticos, dentro de la cual se enmarca este trabajo.

⁶ Clifford Irving publicó, también, una biografía de Howard Hughes, de la que se le acusó más tarde de fraude.

Jiménez, José, “El arte de nuestro tiempo y la estética envolvente”, en: *Teoría del arte*, Tecnos, Madrid, 3º reimpresión, 2006

Jiménez, José, “El arte pop y la cultura de masas”, en: *Teoría del arte*, Tecnos, Madrid, 3º reimpresión, 2006

Jiménez, José, *La fotografía, el cine, el espectáculo*. En: *Teoría del arte*. Tecnos, Madrid, 3º reimpresión, 2006

Michaud, Yves, “Hacia la estética de los tiempos del triunfo de la estética”, en: *El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo de la estética*, Fondo de Cultura económica, México, 2007

Martín-Barbero, Jesús, “Estética de los medios audiovisuales”, en: *Estética*, Edición de Ramón Xirau y David Sobrevilla, Editorial Trotta, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2003.

Schultz, Margarita, “Estética e Informática”, en: *Arte audiovisual: tecnologías y discursos*, Jorge La Ferla (compilador), Eudeba, Buenos Aires, 1998.

Apéndice



Figura 1: “Chica con cinta en el pelo”, Roy Lichtenstein, 1965



Figura 2: "Marilyn Monroe", Andy Warhol, 1967



Figura 3: "Jackie Kennedy", Andy Warhol, 1964



Figura 4: "Latas de sopa Campbell", Andy Warhol, 1962



Figura 5: "Qué es lo que hace exactamente a los lugares de hoy tan distintos, tan atractivos", Richard Hamilton, 1956